

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA ÚČETNICTVÍ

Reklama a dary z pohledu účetnictví a daní
Advertising and Donations from the Point of View of Accounting and Taxes

Student:	Lucie Večeřová
Vedoucí bakalářské práce:	Ing. Urbancová Alžběta, Ph. D.

Ostrava 2016

Zadání bakalářské práce

Student:

Lucie Večeřová

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

6202R049 Účetnictví a daně

Téma:

Reklama a dary z pohledu účetnictví a daní
Advertising and Donations from the Point of View
of Accounting and Taxes

Jazyk vypracování:

čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Obecné vymezení reklamy a darů
3. Reklama a dary z pohledu účetnictví
4. Daňová problematika reklamy a darů
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

KOLEKTIV AUTORŮ. *Meritum Účetnictví podnikatelů 2015*. 12. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2015. 544 s. ISBN 978-80-7478-689-1.

PELC, Vladimír a Petr PELECH. *Daně z příjmů s komentářem 2015*. 15. vyd. Olomouc: ANAG, 2015. 1056 s. ISBN 978-80-7263-943-4.

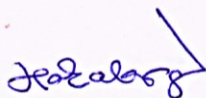
URBANCOVÁ, Alžběta a Šárka KRYŠKOVÁ. *Účetnictví nevýdělečných organizací A*. 2. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB-TU Ostrava, 2008. 232 s. ISBN 978-80-248-1801-6.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

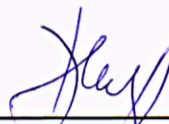
Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Alžběta Urbancová, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2015

Datum odevzdání: 06.05.2016



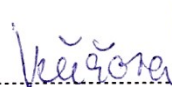
Ing. Jana Hakalová, Ph.D.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci vypracovala samostatně. Přílohy č. 1 – 8, dané mi k dispozici, jsem samostatně doplnila.“

V Ostravě dne 6. května 2016



Lucie Večeřová

Obsah

1	Úvod.....	5
2	Obecné vymezení reklamy a darů.....	7
2.1	Reklama.....	7
2.1.1	Omezení reklamy	8
2.1.2	Druhy reklamy	10
2.1.3	Reklama podle nového občanského zákoníku	13
2.2	Dary.....	14
2.2.1	Darovací smlouva	16
2.2.2	Odvolání daru.....	16
2.2.3	Právní předpisy pro darování	17
2.3	Dělení národního hospodářství.....	17
2.3.1	Fyzická osoba.....	18
2.3.2	Právnícká osoba	18
2.3.3	Nestátní neziskové (nevýdělečné) organizace	18
3	Reklama a dary z pohledu účetnictví	20
3.1	Reklama, sponzoring a reprezentace	20
3.1.1	Účtování reklamy	21
3.1.2	Účtování sponzoringu	32
3.1.3	Účtování reprezentace.....	33
3.2	Dary.....	34
3.2.1	Poskytnutý dar	34
3.2.2	Přijatý dar.....	41
3.3	Komparace účtování reklamy a darů.....	48
3.3.1	Komparace účtování reklamy, sponzoringu a reprezentace.....	48
3.3.2	Komparace účtování darů	49
4	Daňová problematika reklamy a darů	51
4.1	Reklama.....	51
4.1.1	Zákony upravující reklamu	51
4.1.2	Daňová problematika druhů reklamy.....	52
4.1.3	Reprezentace	55
4.2	Dary.....	56
4.2.1	Zákony upravující darování	56

4.2.2	Srovnání daně darovací a daně z příjmů od roku 2013 do roku 2016	57
4.2.3	Problematika z pohledu dárce	58
4.2.4	Problematika z pohledu obdarovaného	61
4.2.5	Komparace reklamy, sponzoringu a reprezentace z pohledu daní.....	64
4.2.6	Komparace darů z pohledu daní.....	65
5	Závěr	66
	Seznam použité literatury.....	68
	Seznam zkratk	72
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1 Úvod

Reklama i dary jsou vhodným nástrojem k ovlivnění ziskovosti společnosti. Reklama je zároveň používána pro komunikaci s veřejností, tedy se zákazníkem. Má za cíl především realizaci na trhu a slouží k tomu, aby potenciální zákazníci informovala o výrobcích a službách, rozvíjela jejich povědomí a ovlivňovala jejich rozhodnutí o potenciální koupi. V dnešní době nás reklama obklopuje ze všech stran. V praxi se vyskytují různé formy reklamy od televizních a internetových reklam po reklamy na billboardech nebo prostřednictvím reklamních předmětů. Může se také jednat o sponzoring, což je vlastně hranice mezi reklamou a darem. Možná se dá i říct, že je to jejich propojení. Protože se jedná o reklamu za poskytnutý finanční příspěvek.

Cílem této práce je teoretické vymezení reklamy a darů, vymezení jednotlivých forem a zaměření na danou problematiku z účetního a daňového pohledu. Budou zde řešeny příklady účtování v návaznosti na změny, které aktuálně nastaly s platností novelizovaného zákona o účetnictví, vyhlášek a standardů, které tento zákon upravují. Půjde o komparaci jak účetních, tak i daňových aspektů reklamy a darů z pohledu fyzické osoby, právnické osoby v porovnání s nestátními neziskovými organizacemi.

Práce je rozdělena do pěti kapitol. Druhá kapitola se zabývá teoretickým vymezením pojmů reklamy a darů. Z několika úhlů pohledu popisuje, co je to reklama, a definuje některé její druhy, které se kolem nás objevují. Definuje pojem sponzoring a vysvětluje, jaký je rozdíl mezi reklamou a reprezentací. Také vymezuje pojem darování a darovací smlouva. Jaké jsou podmínky pro darování a kdy je možné darování odvolat. Pro potřeby komparace z pohledu účetnictví a daní, v dalších kapitolách, stručně vymezí i právnickou a fyzickou osobu a nestátní neziskovou organizaci.

Třetí kapitola je věnována účetnímu pohledu na reklamu a dary. Na konkrétních případech, u různých druhů reklamy (např. obchodních vzorků, reklamních předmětů, atd.) a u poskytnutého a přijatého daru bude znázorněno účtování. Také se pokusí vysvětlit další problematiku, která může vzniknout. Popíše způsob účtování před a po novele zákona o účetnictví, vyhlášek a standardů ho upravujících. Ale hlavně porovná rozdíly mezi právnickými, fyzickými osobami a nestátními neziskovými organizacemi.

Čtvrtá kapitola bude věnována daňovému hledisku. Daňové uznatelnosti nákladů u vybraných druhů reklamy, sponzoringu a darů. Zobrazí důležité podmínky právě pro tuhle uznatelnost, které se nachází mnohdy už ve smlouvě, a vymezí, kdo má za úkol prokazování a doložení důležitých informací právě proto, aby tyto náklady byly uznatelné. Ať už způsob použití, tedy účel u darů, nebo například prokázání protislužby u sponzoringu, apod.

Při zpracování bakalářské práce byly použity metody deskripce a komparace.

2 Obecné vymezení reklamy a darů

Kapitola bude zaměřena na vymezení pojmu reklamy z marketingového, právního, daňového a účetního pohledu. Dále budou popsány její druhy, které mohou být použity. Bude objasněn pojem sponzoring a jeho problematika. Druhá část bude zaměřena na dary (bezúplatná plnění), charakteristiku a náležitosti darovací smlouvy.

2.1 Reklama

Dá se říci, že reklama existuje již od samého počátku existence lidstva, už při jakékoli příležitosti někomu jinému cokoli nabídnout a přesvědčit ho o lepší kvalitě, tedy vyvolat veřejnou pozornost a získat klientelu. Reklamu lze definovat mnoha různými způsoby, ale jejich podstata je vždy stejná, a to ta, že se jedná o komunikaci mezi jedincem, který reklamu nabízí, a tím, kdo ji přijímá. Při reklamě se jedná o distribuci komerčních zpráv o poskytovaném zboží či službách, avšak je zřejmé, že se jedná o placenou reklamu, což však zákon o regulaci reklamy nepovažuje za její znak. [9]

Reklama je vymezena v § 1 odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZRR“), jako oznámení, předvedení nebo jinou prezentaci, která má za cíl podporu podnikatelské činnosti. Dále je v ZRR v § 1 odst. 2 uvedeno, že účelem reklamy je podpora spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podpora poskytování služeb, propagaci ochranné známky. Také vytyčuje způsob šíření reklamy, a to sdělovacími médii v § 1 odst. 3 ZRR, které jsou zprostředkovateli informací, a to jsou například periodický tisk a neperiodické publikace, rozhlasové a televizní vysílání, audiovizuální mediální služby na vyžádání, audiovizuální produkce, počítačové sítě, nosiče audiovizuálních děl, plakáty a letáky.

Z marketingového hlediska je reklama považovaná za neosobní jednosměrnou komunikaci mezi firmou a zákazníkem. Slouží k udržení pozice na trhu a rozšíření okruhu zákazníků. Jejím cílem je ovlivňovat rozhodování cílové skupiny (segmentu). Cílovou skupinou, na kterou je reklama zaměřena, jsou nejprve potenciální nákupci, jež daná reklama přiměje k pozdějšímu nákupu propagovaného zboží či služby. Tento cílový segment je vybírán pomocí průzkumu trhu, při kterém jsou získávána data o vnímání daného produktu

cílovým zákazníkem, poté jsou tato data analyzována, a pak může být reklama správně zacílená. [1] Reklama patří do marketingového mixu - 4P¹. Dalšími nástroji marketingové komunikace jsou např. podpora prodeje, práce s veřejností, sponzoring, atd. Reklama nemá účetní ani daňovou definici, ale je daňově uznatelným nákladem (dále jen „DUN“). [5]

Reklama by měla informovat, přesvědčovat a prodávat. Budování značek je tedy prvořadým úkolem reklamy. Obecně lze říci, že předpokladem efektivní reklamy je to, že je přiměřeně informativní, kreativní, správně načasovaná, zacílená na správnou cílovou skupinu s odpovídajícím nasazením médií. Mezi základní ekonomické cíle, které by reklama měla podpořit, se řadí zvýšení obrátu oproti přecházejícím obdobím, na to samozřejmě navazuje i zvýšení zisku. Toto se velmi dobře projeví na zvýšení tržního podílu společnosti a samozřejmě to může podpořit i udržení stávajícího podílu na trhu. Reklama také podporuje odbyt při zavedení inovovaného, či úplně nového výrobku nebo služby. Reklama je zaměřena kromě uvedených ekonomických cílů také na psychologická kritéria týkající se většinou chování cílového segmentu. Mezi psychologická kritéria se řadí například zvýšení stupně známosti značky nebo produktu, změna postojů ke značce, upevnění pozice firmy a další. [15]

2.1.1 Omezení reklamy

Reklama je omezena podle zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy (dále jen „ZRR“), ve znění pozdějších předpisů.

V první části ZRR jsou uvedena obecná ustanovení, není zde přesně specifikován druh nebo používané komunikační médium, zachycuje definici reklamy, komunikačních médií a sponzoringu. V této části nalezneme i vymezení pojmů jako je zadavatel, zpracovatel nebo šířitel reklamy. [42] **Zadavatelem** reklamy dle § 1 odst. 5 ZRR je FO nebo PO, která si u jiné PO nebo FO zjednala poskytnutí reklamních služeb. **Zpracovatelem** reklamy, podle § 1 odst. 5 ZRR, je pak FO nebo PO, která tyto reklamní služby vytvořila a poskytla pro své účely nebo pro účely jiné FO nebo PO, která si je u ní objednala. FO nebo PO, která tyto poskytnuté reklamní služby zveřejňuje, a tím umožňuje široké veřejnosti se dozvědět o propagující se službě, výrobku nebo zboží se nazývá **šířitel**, podle § 1 odst. 7 ZRR. ZRR se zabývá také situací, kdy zadavatel, tedy FO nebo PO, která si objednala reklamní služby, které jsou šířené pomocí komunikačních médií, není pod sdělením či podobnou prezentací uvedena. Jedná se

¹ 4P: place, price, promotion, product

tedy o situaci **anonymního oznámení**, podle § 1 odst. 9 ZRR. [9] ZRR zakazuje reklamu zboží, služeb nebo jiných výkonů či hodnot, jejich prodej, poskytování nebo šíření je v rozporu s právními předpisy. Dále je zakázána reklama, která je nekalou obchodní praktikou („nekalá soutěž“), a to podle zvláštního právního předpisu. Takovou reklamou není umístění produktu v audiovizuálním díle nebo jiném zvukově obrazovém záznamu, splňuje-li podmínky stanovené v jiném právním předpisu. Podle zákona je zakázáno šíření nevyžádané reklamy, a to v listinné podobě, pokud zmiňovaného adresáta obtěžuje. Za obtěžující reklamu se považuje reklama, která je směřována ke konkrétnímu adresátovi, a to pokud splní podmínku, že adresát dal předem jasně najevo, že si takovouto reklamu nepřeje. Zakázána je reklama šířená na veřejně přístupném místě mimo provozovnu jiným způsobem, než je dovoleno, a to prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu, pokud si tak obec stanoví ve svém nařízení vydaném v přenesené působnosti. Tato obec může stanovit veřejně přístupná místa, na nichž bude reklama zakázána. Může být také stanovena doba, po kterou je reklama zakázána. Může zakázat i druhy komunikačních médií, kterými nesmí být reklama šířena, ale také akce, na které se zákaz šíření nevztahuje. Zákon zakazuje šíření anonymního oznámení, které se týká voleb v době od vyhlášení voleb až do ukončení hlasování. Podobně je zakázána reklama na loterie a jiné podobné hry, které nejsou povoleny nebo oznámeny, jak nařizuje jiný zvláštní právní předpis.

Jedná-li se o srovnávací reklamu, může být použita pouze za podmínek, které stanovuje ZRR a NOZ. Reklama nesmí odporovat dobrým mravům, tedy nemůže diskriminovat z důvodu rasy, pohlaví nebo národnosti, nesmí napadat náboženské nebo národnostní cítění a politické přesvědčení. Nemůže ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost a snižovat lidskou důstojnost. Nesmí obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu. Nesmí podporovat chování, které poškozuje zdraví nebo ohrožující bezpečnost osob nebo majetku, ale i jednání poškozující zájmy na ochranu životního prostředí. Podle ZRR nesmí reklama, pokud se jedná o osoby mladší 18 let, podporovat jejich chování, které ohrožuje jejich zdraví nebo duševní a morální vývoj. Také nesmí využívat jejich zvláštní důvěry vůči jejich rodičům, zákonným zástupcům nebo jiným osobám. Reklama nemůže ukazovat nevhodným způsobem osoby mladší 18 let v nebezpečných situacích.

V další části ZRR, kterou můžeme oddělit, se jedná o omezení určitých produktů. Je zde omezení tabákových výrobků, alkoholických nápojů, léčivých přípravků, potravin a kojenecké výživy, přípravků na ochranu rostlin, veterinárních léčivých přípravků, dočasného užívání ubytovacího zařízení a jiných rekreačních služeb, střelných zbraní a střeliva a činnosti v pohřebnictví, zařazování reklam do pořadů.

V poslední společné části je upraven dozor nad dodržováním zákona, povinnosti zúčastněných osob při tvorbě a šíření reklamy a veřejnoprávní odpovědnost za obsah reklamy. [42] O dozor nad reklamou se stará „Rada pro reklamu“, která byla založena v roce 1994, aby fungovala jako samoregulační orgán pro potřeby trhu. Samoregulační znamená, že kontrolu provádí všechny subjekty aktivně zapojené do vzniku reklamy, tato regulace je nástroj velice flexibilní, který okamžitě reaguje na všechny změny na trhu. Hlavním cílem Rady pro reklamu je zajištění řádné a poctivé, zákonné, skutečné a decentní reklamy. [7]

2.1.2 Druhy reklamy

Pro potřeby účetnictví je třeba vědět, v jaké formě se může reklama vyskytovat, protože forma jejího provedení je to, co budeme v účetnictví zobrazovat. Mohou to být tyto formy: reklamní tiskoviny, reklama v masmédiích, reklamní předměty a obchodní vzorky, ale i soutěže za účelem podpory odbytu výrobků, ale i jejich kombinace. Lze sem zařadit i **sponzorství**, které představuje finanční podporu určité akce, projektu či programu. Podle české legislativy jde v podstatě o jednostrannou platbu, proto je řazeno mezi dary.

a) Reklamní tiskoviny

Reklamní tiskoviny jsou nejlevnější formou reklamy. Firma ji může vydávat sama nebo může najmout marketingovou společnost, která zajistí vytvoření a distribuci k zákazníkům. Nejčastějším příkladem tištěné reklamy jsou plakáty, brožury, knihy, reklamní časopisy, noviny, billboardy, letáky, prospekty, katalogy a reklamní dopisy. [5] Za reklamu v tištěné formě lze považovat i tzv. „novoročenky“, které společnost rozesílá na přelomu roku. Za dar v tištěné formě můžeme považovat i kalendáře, které musí splňovat dané podmínky, ale tohle je možné zařadit dále do reklamních předmětů, jinak by se nejednalo o reklamu. [33]

b) Reklamy v masmédiích

Reklamy v masmédiích jsou určeny k oslovení velké skupiny lidí. Základním médiem pro reklamu a vytvoření tak rychlého povědomí je nejčastěji zajištěno prostřednictvím televize (reklamní spoty, filmy). Dále do této kategorie můžeme řadit inzeráty v periodikách, rozhlasové vstupy, apod., zvláštním příkladem může být i internetová reklama. [8]

c) Reklamní předměty a obchodní vzorky

Poskytování reklamních předmětů a obchodních vzorků je velmi častým způsobem provádění reklamy. Reklamním předmětem nebo obchodním vzorkem může být podle účetnictví jakýkoli předmět, u těchto předmětů se rozlišuje, jde-li o DUN. Obchodní vzorek není definován zákonem. [5] Obchodním vzorkem může být vyzkoušení produktu přímo zákazníkem nebo k tomu určenou osobou, které je přímo spotřebováno na předváděcích akcích (ochutnávky), pak se jedná o náklady na reklamu. Na tomhle místě jde o bezúplatné poskytování obchodních vzorků vlastních výrobků. Podobně jsou posuzovány i vzorky, který si zákazník vyzkouší až doma (vzorky krému, parfému, pracího prášku). [21]

d) Spotřebitelské loterie, reklamní soutěže (slosování)

Jejich cílem je podpora prodeje. Jde tedy o soutěže, slosování a podobné akce o ceny, kde je podmínkou účasti nákup výrobků společnosti nebo podobná účast na propagační akci. V reklamní soutěži jde o nejsprávnější odpověď zákazníka, plnění může být peněžní, ale i nepeněžní. [5] Může se jednat o soutěžní kvíz, tedy vědomostní soutěž, kdy se výhercem stane ten, kdo odpoví správně. Toto je ošetřeno ve vyjádření Ministerstva financí ze dne 10. května 2006. Dalším příkladem reklamní soutěže může být např. kreativní a rychlostní soutěž, kdy zúčastnění vyhrávají podle pořadí (například každý 20. vyhrává). U reklamní soutěže není nijak omezena výhra, ale také není nijak omezena zákonem. [25]

U spotřebitelské loterie jde o slosování nebo jiný zcela náhodný výběr. [5] Podle zákona č. 202/1990 Sb., o loteriích a jiných podobných hrách, ve znění pozdějších předpisů jsou některé spotřebitelské soutěže zakázány. Obecně lze říci, že jsou zakázány ty soutěže, jejichž výhra spočívá v obdržení peněžní ceny, vkladní knížky, apod. Lze tedy podle tohoto zákona pořádat pouze ty soutěže, ve kterých je výhra věcná či jakákoli jiná, ale nepeněžitá. Ale i toto je omezeno, a to maximální výší výhry, která je stanovena na celkovou sumu výher v jedné soutěži, a to na 20 tisíc Kč a zároveň na jeden kalendářní rok v úhrnu 200 tisíc Kč u všech

spotřebních soutěží u jednoho pořadatele. Pokud toto některý poskytovatel nedodrží, Finanční úřad (dále jen „FÚ“) mu může vyměřit pokutu až do výše 10 milionů Kč. Navíc, podle vyhlášky Ministerstva financí č. 315/1999 Sb., jsou provozovatelé těchto soutěží povinni nejméně 15 dnů před zahájením soutěže tuto skutečnost oznámit FÚ. Oznámení musí obsahovat mimo jiné souhrn nepeněžitých výher v peněžitě hodnotě. Tímto oznámením má FÚ možnost kontroly, a poté i možnost sankcionovat při překročení limitu. [25] Provozovatel se takto díky slosování nebo jinému náhodnému výběru zavazuje ceny vydat. [5]

e) Sponzoring

Jednou z forem reklamy je tzv. sponzorství, kterým rozumíme poskytnutí příspěvku s cílem podporovat výrobu, prodej zboží, poskytování služeb apod. Sponzorství můžeme tedy chápat jako formu určité protislužby. Příjemce přijetím „sponzorského příspěvku“ podporuje prodej, výrobu nebo služby sponzora např. reklamou. [16]

Sponzoring může být považován za podporu a pomoc k dosažení daných marketingových cílů společnosti. Může se jednat jak o podporu materiální, tak peněžní. Přispívání nebo přímou účast na události, charitě nebo vzdělávání. Jde o reklamní smlouvu, která zajišťuje určitou exkluzivitu. [1] Umožňuje jakkoli podporovat určitou akci, událost apod., a tím získat příležitost pro zviditelnění své značky, jména či přímo svého produktu. Většinou se tito sponzoři zaměřují na události, které se týkají sportu, kultury nebo jiných společenských událostí. [9] Jedná se o poskytnutí sponzorského příspěvku, který je na rozdíl od daru spojen s protislužbou od příjemce směrem k poskytovateli. Může se jednat např. o propagační nebo reklamní služby NNO sponzorovi. [20] Protislužba může být poskytnuta i v minimální míře, a to například pouhým vystavením loga sponzora na viditelném místě. [36] Je to tedy chápáno jako peněžní platba za poskytnutí takové služby. [27] Tato forma právního vztahu by měla být podložena smlouvou. Například smlouvou o reklamě nebo o poskytování služeb, apod., nikoli darovací smlouvou. [20]

Podle § 1 odst. 4 ZRR se sponzorováním chápe příspěvek poskytnutý s úmyslem podporovat výrobu nebo prodej zboží, poskytování služeb nebo jiné výkony sponzora. Tomu se rozumí PO nebo FO, která takovou podporu k tomuto účelu poskytne. Mezi sponzoringem a darováním je velmi tenká hranice. Proto se v praxi velmi často objevují problémy s dokazováním, jestli jde o dar nebo sponzoring. Při sponzorování jde o propagaci jeho předmětu činnosti či jeho výrobku. Správné určení, zda se jedná o sponzoring, ovlivňuje

účetnictví a zdanění. Konečné slovo o určení, jestli se jedná o sponzoring, má příslušný správce daně. [20] Za určitých pravidel můžou být se sponzorováním spojené daňově uznatelné náklady.

f) Reprezentace

V této části bude ukázáno, jaký je rozdíl mezi reklamou a reprezentací. Za reprezentaci se považuje zajištění pohoštění a občerstvení při obchodním jednání. Může jít i o pobyt obchodních partnerů na účet společnosti, která je pozvala. Jedná se o poskytnutí upomínkových (reklamních) předmětů, které jsou daňově uznatelným nákladem (dále jen „DUN“). Při poskytnutí předmětů, které podmínky nesplňují, jedná se o reprezentaci. Dalším příkladem reprezentace mohou být firemní večírky k příležitosti konce roku (vánoční večírky) nebo spojené s oslavou výročí. Může jít i o občerstvení při poradách apod. Náklady na reprezentaci jsou určeny ke spotřebě nebo k obdarování konkrétní osoby. [36] Mohou sem patřit i věci, které má společnost v majetku, například drahé osobní automobily, umělecké dílo, které je používáno jako ozdoba interiéru a podobně.

Rozdíl mezi reklamou a reprezentací je především v jejich DUN. Zatímco u reklamy jsou DUN ve většině případů, kdy je prokázáno, že byly vynaloženy na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů. Daňově neuznatelnými jsou náklady na reprezentaci. A do těch patří náklady spojené s pohoštěním, občerstvením a dary. [5]

2.1.3 Reklama podle nového občanského zákoníku

Nový občanský zákoník (dále jen „NOZ“) upravuje reklamu v části o nekalé soutěži. Ta je zakotvena v § 2976 až § 2990 NOZ a ochraňuje hospodářskou soutěž před nekalou soutěží. Pokud někdo způsobí svým jednáním újmu jiným společnostem nebo zákazníkům, a toto jednání bylo s rozporem s dobrými mravy, jedná se o nekalou soutěž, a ta je podle § 2976 zakázána. Nekalou soutěží je pro naše účely především klamavá, srovnávací a nevyžádaná reklama.

a) Klamavá reklama

Podle § 2977 NOZ, který je platný od roku 2014, se za klamavou reklamu považuje taková reklama, která má přímou souvislost s podnikáním nebo povoláním, snaží se podpořit odbyt movitých nebo nemovitých věcí nebo služeb, které jsou poskytovány, včetně práv

a povinností. Klame nebo je schopná klamat způsobem, jakým je podána nebo jakýmkoli jiným způsobem, osoby, pro které je určena, nebo osobám, ke kterým dospěje, a tím je i zřejmě způsobilá ovlivnit hospodářské chování těchto osob. Tyto klamavé údaje mají přinést prospěch těm osobám, které je rozšiřují nebo osobě, v jejímž zájmu byly rozšiřovány.

b) Srovnávací reklama

Dle § 2980 NOZ je srovnávací reklama definována jako reklama, která bezprostředně nebo zprostředkovaně určuje jiného soutěžitele nebo jeho zboží či službu. Srovnávací reklama může být za určitých podmínek přípustná. Jedná se o případy, kdy srovnávací reklama není klamavá. Také pokud srovnává zboží nebo služby určené ke stejnému účelu nebo k uspokojení stejných potřeb. Pokud srovnává objektivně podstatné vlastnosti zboží nebo služby včetně jejich ceny. Tato reklama je přípustná, pokud srovnává zboží se stejným označením původu. Pokud nezlehčuje soutěžitele či jeho postavení, činnost, výsledky nebo dokonce jejich označení ani z nich nekalým způsobem netěží ve prospěch druhých soutěžitelů. Nepřipouští se taková reklama, která by nabízela zboží nebo službu jako napodobení či reprodukci zboží nebo služby, která je označena ochrannou známkou soutěžitele nebo jeho názvem apod.

c) Nevyžádaná reklama – dotěrné obtěžování

Nevyžádaná reklama je zakotvena v zákoně č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů ve znění pozdějších předpisů, v NOZ je zmíněna v § 2986 jako dotěrné obtěžování v odst. 2, kdy je rozesílána tato reklama elektronicky na adresu, kterou podnikatel získal při prodeji jeho zboží nebo při poskytnutí služby jeho společností. Nejde o obtěžování, pokud se jedná o přímou reklamu vlastního zboží či služby a pokud strana, která ji přijímá, k tomuto svolila. Zároveň musí mít příjemce možnost kdykoli zasílání těchto reklamních emailů zrušit.

2.2 Dary

Otavová [20, s. 13] tvrdí, že „je darem chápán bezúplatný převod majetku, který je realizován na základě darovací smlouvy. Jedná se o dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek, ale také o jakýkoli jiný majetek, který dárce postupuje obdarovanému. Může se jednat i o peněžní prostředky. Jak tvrdí Macháček [18, s. 15] „bezúplatným příjmem rozumíme příjem nabytý z titulu dědění, odkazu, darování, příjem nabytý bez poskytnutí protiplnění

včetně majetkového prospěchu.“ To znamená, že dárce nepožaduje jakoukoli protihodnotu poskytnutého daru a obdarovaný tuto protihodnotu neposkytuje. [20] I když dar nemusí mít přesně stanovený účel, je pro daňové účely velmi vhodné takovýto účel definovat. [27] Přesné a náležité oddělení darů od sponzoringu působí na účtování a jinak daňově neuznatelné náklady může zapříčinit úlevu na ZD. [20]

Podle § 2055 - § 2061 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „NOZ“) je upravované darování. A to znamená například, že darovací smlouvou osoba, která dar bezplatně poskytuje, převádí vlastnické právo k této věci nebo se zavazuje obdarovanému věc bezplatně převést do vlastnictví a obdarovaný dar nebo nabídku přijímá. Náplň ze společenské služby není darováním, pokud se osoby ovšem nechtějí smluvně vázat. Pouhé slíbení daru není závazné pro samotné darování, ale člověk, který tento slib dostal, má právo na náhradu nákladů, které byly účelně vynaložené při očekávání daru. Dárce může darovat i celý svůj současný majetek. Smlouva na budoucí majetek platí pouze v tom případě, pokud nepřesahuje polovinu tohoto majetku. Ale také pokud osoba daruje věc, kterou zatím v současnosti nemá, smlouva je platná pouze tehdy, pokud se ve smlouvě dárce zaváže věc, kterou chce darovat, získat. Dárce se s povinností dát dar vymaní pouze v tom případě, kdy dojde k nepředvídatelné události, a ta má za následek vážné ohrožení jeho výživy nebo jeho vyživovací povinnosti. Pokud ovšem část daru již byla předána, odstoupení od smlouvy může být pouze na část daru, která zatím nebyla předána. V § 2062 NOZ je zmíněno darování podpory, kdy se dárce zaváže k pravidelnému poskytování podpory. Právo na podporu i povinnost k podpoře přechází na dědice dárce i obdarovaného, pokud je tak ve smlouvě výslovně sjednáno. V § 2066 NOZ je řečeno, že osoba s omezenou svéprávností je způsobilá darovat i přijmout dar pouze malé hodnoty nebo dar vzhledem k okolnostem obvyklý. V § 2067 NOZ se jedná o darování osobě, která provozuje nebo spravuje zařízení, ve kterém se poskytují zdravotnické nebo sociální služby, nebo také osobě, která je v tomto zařízení zaměstnána, je neplatné, pokud se tak stalo v době, kdy byl dárce v péči takového zařízení nebo jinak přijímal takové služby.

Darování pro případ smrti je zvláštním případem darování, které je podmíněno tím, že obdarovaný osobu, která mu věc daruje, přežije, a to je zpravidla posuzováno jako odkaz. Viz § 2063 NOZ.

2.2.1 Darovací smlouva

V darovací smlouvě musí být vymezen předmět darování, ale také dobrovolnost a neočekávané zpětné plnění vůči dárci. Ve smlouvě nemusí být přesně definován účel použití, ale pro potřeby zdanění je třeba uvést, pro jakou oblast je dar poskytnut. [20]

Podle § 2057 NOZ je třeba mít darovací smlouvu v písemné formě, pokud se jedná o majetek, který je zapsaný do veřejného seznamu. Písemně je vyžadována i tehdy, nedojde-li k odevzdání věci souběžně s projevem vůle darovat a přijmout dar. Písemná forma slouží jako záruka k odevzdání daru, ale není zde povinnost platit úrok z prodlení. [26] Náležitosti darovací smlouvy nejsou ničím přesně vymezeny, ale obvykle by smlouva měla obsahovat účastnické strany (dárce a obdarovaného), předmět daru, účel, na který je dar poskytnut, ostatní ujednání (ujednání o navrácení daru, klauzuli o přečtení a dobrovolnosti, hlášení o vadách, apod.) a na závěr datum uzavření a podpisy obou zúčastněných stran. [23]

2.2.2 Odvolání daru

Darování lze odvolat ze dvou případů podle zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „NOZ“):

a) Odvolání daru pro nouzi

Podle § 2068 - § 2071 NOZ je upraveno odvolání daru pro nouzi. Pokud se dárce po poskytnutí daru ocitne v nouzi, kdy nemá ani na nutnou výživu sebe sama nebo na vyživovací povinnost, která mu ze zákona náleží, může dar odvolat, a tak i požadovat navrácení daru po obdarovaném nebo úhradu jeho obvyklé ceny, avšak omezené do té míry, v jaké se dárci nedostává prostředků k nutné výživě. Obdarovaný může dárci mimo navrácení daru nebo jeho peněžní hodnoty zprostředkovat ty věci, které jsou k této výživě potřebné. Pokud dárce obdaruje více osob, tak osoba, která byla obdarovaná dříve, je povinna navrátit dar v rozsahu, ve kterém nutnou výživu nepokryjí dary, které byly poskytnuty později. Právo na odvolání daru nepřechází na potomky dárce. Ale pokud tak neučiní dárce sám, má toto právo osoba, ke které má vyživovací povinnost dárce. Toto právo trvá po dobu života dárce a jeho smrti zaniká. Ale právo na odvolání daru neplatí, pokud si dárce tento stav nouze přivodil sám ať už úmyslně nebo z hrubé nedbalosti.

b) Odvolání daru pro nevděk

Pokud ublíží obdarovaný ať už úmyslně, nebo pouze z hrubé nedbalosti tak, že zjevně poruší dobré mravy, může dárce odstoupit od darovací smlouvy pro nevděk. Pokud byl dar už obdarovanému dán, může dárce požadovat navrácení daru, pokud to ovšem není možné, může požadovat vyplacení jeho obvyklé ceny. Za nevděk lze také označit porušení dobrých mravů vůči blízké osobě dárce. Právo odvolání přechází i na dědice dárce, pokud v odvolání přímo dárce obdarovaný nebo vyšší moc zabránila. Právo na odvolání pro nevděk platí do jednoho roku ode dne, co obdarovaný dárce věci ublížil. Pokud se o tom dozví později, tato lhůta běží ode dne, kdy se o tom dárce dozvěděl. Dědic může odvolat dar nejpozději do jednoho roku od úmrtí dárce. Pokud je odvolání později, po námitce obdarovaného může soud rozhodnout v jeho prospěch. Odvolání daru pro nevděk je zakotveno v § 2072 - § 2075 NOZ.

2.2.3 Právní předpisy pro darování

Právními předpisy, kterými bylo poskytnutí daru upravováno do konce roku 2013, než došlo ke změně několika důležitých právních předpisů, jsou zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitosti, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. S nástupem platnosti NOZ a zrušením zákona č. 357/1992 Sb., o dani dědické a darovací a dani z převodu nemovitosti, ve znění pozdějších předpisů, tedy od 1. 1. 2014, je darování upravováno zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem, ve znění pozdějších předpisů a zákonem č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. [4]

2.3 Dělení národního hospodářství

Národní hospodářství je děleno do několika částí viz **příloha 1**. Fyzické, právnické osoby a nestátní neziskové organizace zde budou srovnány v rámci účetnictví a daní. Proto v této podkapitole budou vymezeny nejdůležitější základní informace o fyzické a právnické osobě, ale také o nestátních neziskových organizacích. Tyto informace nám pomohou pochopit, jak organizace fungují a na čem je jejich činnost postavena a shrneme jejich základní rozdíly.

Nejprve je důležité zaměřit se na vysvětlení základních pojmů, jako je podnikatel a podnikání. **Podnikání** je definováno v § 420 NOZ jako vykonávání samostatné výdělečné

činnosti na vlastní účet i odpovědnost živnostenským nebo jiným způsobem, a to soustavně za účelem dosažení zisku. A tato osoba je tedy považována za **podnikatele**, který je zapsán do obchodního rejstříku. **Právní osobnost** je způsobilost mít v mezích právního řádu práva a povinnosti, a to podle § 15 NOZ.

2.3.1 Fyzická osoba

Fyzická osoba (dále jen „FO“) je konkrétní osoba, která odvádí daň z příjmů FO (15 %). Do obchodního rejstříku se zapisuje nepovinně, na vlastní žádost. Za FO jedná sám podnikatel, který řídí firmu sám a také v ní pracuje. Podle § 23 NOZ má FO právní osobnost od narození až do úmrtí. Lze rozlišit tyto FO: osobu podnikající na základě živnostenského oprávnění podle živnostenského zákona nebo osobu podnikající na základě jiného než živnostenského oprávnění (podle jiných zákonů).

2.3.2 Právnícká osoba

Právnícká osoba (dále jen „PO“) je společnost několika osob, která má oprávnění vstupovat do právních vztahů a jednat pod vlastním jménem a odvádí daň z příjmů PO (19 %). Do obchodního rejstříku je zapisována povinně. Podle § 118 NOZ má PO právní osobnost od svého vzniku do svého zániku. Podle § 122 NOZ lze PO založit zakladatelským právním jednáním, zákonem, rozhodnutím, které vydá orgán veřejné moci, popřípadě jiným způsobem podle jiného právního předpisu. Za PO může jednat prokurista, který je zaměstnancem firmy, který má pravomoci a určité zplnomocnění nebo člen statutárního orgánu, ale i ustanovený jednatel. Můžeme rozlišit podle zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích veřejnou obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným, akciovou společnost a družstva.

2.3.3 Nestátní neziskové (nevýdělečné) organizace

Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZDP“), v § 18 odst. 3 a 8 označuje tyto subjekty jako **poplatníky, kteří nejsou založeni nebo zřízení za účelem podnikání**. Jejich primárním cílem není získávání zisku a jeho rozdělování mezi vlastníky. Povinnost těchto institucí je reinvestovat nabyté prostředky do hlavní činnosti nebo do rozvoje účelu, pro který byly zřízeny. Tyto organizace pokrývají svůj schodkový rozpočet pomocí externích zdrojů, převážně z veřejných rozpočtů nebo dotací,

darů, sponzorských příspěvků, apod. Zabývají se získáváním a přerozdělováním finančních prostředků pro účely dobročinné, apod. Neziskové organizace se mohou členit podle několika způsobů. První možností je členění na státní a nestátní organizace. Státními organizacemi jsou organizace, které jsou zřizovány státem, kraji nebo jejich organizačními složkami. Nestátní (nevládní) organizace jsou zřizovány zezdola, a to dobrovolníky nebo občany. Druhou možností, jak členit neziskové organizace, je dle poskytování služeb, a to na soukromé a veřejné. Soukromé organizace se zaměřují na poskytování služeb „vzájemně prospěšných“, tedy poskytují služby pouze svým členům. Naopak veřejné organizace se orientují na „obecně prospěšné služby“, tedy na pomoc pro všechny občany státu. [3]

Veřejnou prospěšnost (dále jen „VP“) upravuje zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, a to v § 146 – § 150. VP může být PO, která přispívá vlastní činností k dosažení obecného blaha, pokud na rozhodování mají podstatný vliv pouze bezúhonné osoby a pokud tato osoba nabyla majetku z poctivých zdrojů a pokud využívá své jmění k veřejnému prospěchu, avšak hospodárně. Tato osoba má právo na zápis statusu VP do veřejného rejstříku, a to tehdy, pokud splní podmínky stanovené jiným právním předpisem. Tento status lze vymazat z veřejného rejstříku, pokud se PO tohoto statusu vzdá, nebo z rozhodnutí soudu. Vymazáním z veřejného rejstříku status VP zaniká. Soud rozhoduje o odnětí na návrh osoby, která na tom má právní zájem, nebo bez návrhu, pokud tato osoba nesplňuje podmínky pro nabytí a nedostatek ani při výzvě v dané lhůtě neodstraní. Uvádět status VP ve svém názvu má pouze ta PO, která má tento status zapsán ve veřejném rejstříku.

Podle § 17a ZDP se jedná o to, že i veřejně prospěšný poplatník (dále jen „VPP“) může mít příjmy podléhající dani z příjmů. VPP, podle odst. 1 § 17a, je ta **osoba, která v souladu se svým právním jednáním apod. vykonává soustavnou činnost podle § 420 NOZ, která není podnikání.** V odst. 2 § 17a je určeno, kteří poplatníci VPP nejsou, např. obchodní korporace, Česká televize či Český rozhlas, profesní komory, zdravotní pojišťovny atd. U VPP podle § 18a ZDP není předmětem daně například příjem z jeho nepodnikatelské činnosti, dotace, apod. Zatímco vždy je u tohoto poplatníka předmětem daně příjem z reklamy, členských příspěvků, úroku. [10]

Mezi tyto nestátní neziskové organizace patří například občanská sdružení, odborové organizace, politické strany a hnutí, církve a náboženské společnosti, nadace a nadační fondy, příspěvkové organizace, apod. [14]

3 Reklama a dary z pohledu účetnictví

Tato kapitola bude věnována způsobu účtování reklamy, sponzoringu, reprezentace a darů. Na konkrétních příkladech bude zobrazeno, jaké účetní případy vznikají v účetní jednotce (dále jen „ÚJ“) a jak budou řešeny v roce 2015, ale i po změně zákona v roce 2016.

V kapitole bude porovnáváno účtování v podnikatelské sféře a u nestátních neziskových organizací (dále jen „NNO“), které se s nástupem novelizovaného zákona o účetnictví (dále jen „ZoÚ“), vyhlášek a standardů výrazně změní. Nejdůležitějším rozdílem v účetnictví u těchto organizací je odlišnost v použitých vyhláškách a standardech, které upravují způsoby účtování podle ZoÚ. (viz tab. 3.1)

Tab. 3.1 Komparace právní úpravy

	Podnikatelé	NNO
Zákon	č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů	
Vyhláška	č. 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů	č. 504/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů
Standardy	č. 501 – 524	č. 401 - 414

Zdroj: vlastní zpracování

Následující kapitola je upravena podle účtového rozvrhu pro podnikatele v **příloze 5, 6** a podle účtového rozvrh NNO v **příloze 7 a 8**.

3.1 Reklama, sponzoring a reprezentace

Reklama může mít z účetního hlediska jak věcný charakter, tak může být účtována jako služba. Mezi reklamu věcného charakteru se řadí například vlastní distribuce reklamních tiskovin, reklamních předmětů, apod. Tato reklama je pak účtována jako zásoba nebo přímá spotřeba. V souvislosti s reklamou můžeme mluvit i o nehmotném majetku, jedná se o případy, kdy v rámci reklamy zasahujeme do autorského zákona (reklamní spoty, filmy, apod.). U takových případů se nebude jednat o službu, ale o jiný dlouhodobý nehmotný majetek (dále jen „DNM“). O službě se účtuje v případě, kdy jde o inzerci, nájemné reklamních ploch. O službě může být účtováno i v případě, kdy nám marketingová firma vytvoří například reklamní tiskoviny, tedy vytvoří její návrh, zajistí tisk, a poté i distribuci.

Přímo do nákladů se účtuje o plánech a projektech reklamních akcí, které ovšem podléhají zásadě časové a věcné souvislosti. Protože podle § 6 odst. 9 vyhlášky č. 500/2002 Sb., se nemohou stát DNM i bez ohledu na jejich hodnotu a předpokládanou dobu používání. [5]

3.1.1 Účtování reklamy

V této části bude shrnuto účtování některých druhů reklamy, jejího vzniku a použití. Půjde o reklamní tiskoviny, reklamu v médiích, reklamní předměty, obchodní vzorky.

3.1.1.1 Účtování reklamy u podnikatele

a) Reklamní tiskoviny

Obchodní závod obdržel přijatou fakturu od marketingové společnosti za zpracování reklamních katalogů v hodnotě 4 000 Kč + 21 % DPH. V následujícím měsíci došlo k jejich distribuci zákazníkům. Marketingová agentura zaslala fakturu za vyvěšení reklamního billboardu na měsíc březen a duben v hodnotě 10 000 Kč +21 % DPH. Obchodní závod ve stejném období nechal realizovat inzerát svého výrobku v novinách na částku 2 000 + 21 % DPH, který zaplatil v hotovosti při podání inzerátu. Společnosti byla dodána faktura za světelnou reklamní tabuli 46 500 Kč + 21 % DPH, kterou si zařadila do majetku, protože překročila ocenění podle zákona o daních z příjmu (dále jen „ZDP“). A v daném roce ji i částečně účetně odepsala do nákladů. (viz tab. 3.2)

Tab. 3.2 Účtování reklamních tiskovin

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	PFA za vlastní reklamní katalogy DPH 21 %	4 000 840	112 343	321 321
2.	Spotřeba reklamních tiskovin	4 000	501	112
3.	PFA od marketingové společnosti za reklamní letáky DPH 21 %	3 000 630	518 343	321 321
4.	PFA za vyvěšení reklamního billboardu od marketingové společnosti + DPH 21 %	10 000 2 100	518 343	321 321
5.	Zveřejnění inzerátu v novinách, v hotovosti DPH 21 %	2 000 420	518 343	211 211
6.	PFA za světelnou reklamní tabuli DPH 21 %	46 500 9 765	042 343	321 321
7.	Zařazení světelné reklamní tabule	46 500	022	042
8.	Odpis světelné reklamní tabule	9 300	551	082

Zdroj: vlastní zpracování

b) Reklamy v masmédiích

Společnost obdržela přijatou fakturu od marketingové agentury, která ji zpracovala reklamní spot v hodnotě 100 000 Kč + 21 % DPH. Spot v hodnotě nad 60 000 Kč a ve společnosti déle než 1 rok se podle ZDP stává DNM. Nejedná se o audiovizuální dílo, účtujeme na „jiný DNM“. (viz tab. 3.3)

Tab. 3.3 Účtování reklamy v masmédiích

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	PFA za televizní spot	100 000	041	321
	DPH 21 %	21 000	343	321
2.	Zařazení do DNM	100 000	019	041
3.	Odpis televizního spotu	5 000	551	079

Zdroj: vlastní zpracování

c) Reklamní předměty

Obchodní závod si od dodavatele v měsíci říjnu nechal vyrobit 40 ks reklamních diářů (reklamní předmět) opatřených obchodní firmou a logem společnosti. Splňuje i další podmínky pro to, aby byl podle ZDP daňově účinným nákladem (dále jen „DUN“). V následujícím měsíci listopadu byly předány obchodním partnerům, jde tedy o spotřebu. V tomto měsíci obchodní závod nakoupil značková šumivá vína s cenou vyšší než 500 Kč a jsou tedy daňově neuznatelným nákladem podle podmínek ZDP. Půjde tedy zpravidla o náklad na reprezentaci nebo dar. Při reprezentaci není možný odpočet DPH na vstupu, proto je cena vína včetně DPH. V případě daru půjde o nákup s DPH na vstupu a je třeba jej snížit při vyskladnění i na výstupu. [5] (viz tab. 3.4)

Tab. 3.4 Účtování reklamních předmětů

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup reklamních diářů ² s obchodní firmou	10 000	112	321
	40 ks x 250 Kč za jeden kus			
	DPH 21 %	2 100	343	321
2.	Předáno obchodním partnerům 20 ks diářů	5 000	501	112
3.	Nákup 8 lahví šumivého značkového vína ³ vč. DPH v hotovosti a jejich rozdělení obchodním partnerům	4 000	513	211

² Diář nepodléhá spotřební dani, pořizovací cena je do 500 Kč/ks a je opatřen obchodní firmou a podle ZDP je diář daňově účinným nákladem.

4.	Nákup 12 lahví značkového vína v ceně 650 Kč/ks DPH 21 %	7 800 1 638	132 343	211 211
5.	Darování 8 ks značkového vína ze skladu DPH 21 %	5 200 1 092	543 543	132 343

Zdroj: vlastní zpracování

d) Obchodní vzorky

Společnost zabývající se výrobou, poskytuje zákazníkům neprodejné vzorky. Společnost vyrobila neprodejné vzorky pro své zákazníky na vyzkoušení. Náklady na výrobu neprodejného vzorku, který je v menším balení než celý výrobek, činí 20 Kč. Při reklamní příležitosti byla jejich část rozdána přímo zákazníkům. (viz tab. 3.5)

Tab. 3.5 Účtování obchodních vzorků v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	2 500 525	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	2 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	1 500	521	331
4.	Přijetí vzorků na sklad (200 ks v ceně 10 Kč)	4 000	123	613
5.	Výdej 150 ks vzorků v důsledku bezúplatného poskytnutí	3 000	613	123

Zdroj: vlastní zpracování

Od 1. 1. 2016 došlo ke změně, kdy byla zrušena účtová skupina 61 – „Změna stavu zásob vlastní činnosti“ a je nahrazena skupinou 58, ve které je aktivace a změna stavu zásob. (viz tab. 3.6)

Tab. 3.6 Účtování obchodních vzorků v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	2 500 525	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	2 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	1 500	521	331
4.	Přijetí vzorků na sklad (200 ks v ceně 10 Kč)	4 000	123	583

³ Víno podléhá spotřební dani, pořizovací cena je vyšší než 500 Kč/ks a není opatřen obchodní firmou a tedy podle ZDP není daňově uznatelným nákladem. Účtujeme o reprezentaci a to včetně DPH, protože je bez nároku na odpočet daně na vstupu podle zákona o DPH.

5.	Výdej 150 ks vzorků v důsledku bezúplatného poskytnutí	3 000	583	123
----	--	-------	-----	-----

Zdroj: vlastní zpracování

V některých případech jsou poskytovány jako obchodní vzorky výrobky, které společnost sama vyrábí. Jelikož tyto předměty nebyly speciálně vyrobeny pro reklamní účel jako neprodejní vzorek, nesplňují podmínku ani reklamního předmětu ani obchodního vzorku. (viz tab. 3.7)

Tab. 3.7 Účtování poskytování vlastních výrobků v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	6 500 1 365	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	6 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	7 500	521	331
4.	Změna stavu zásob výrobků v důsledku výroby	14 000	123	613
5.	Vyskladnění výrobků v důsledku prodeje	6 000	613	123
5.	Poskytnutí výrobku jako reklamního předmětu	8 000	513	123
6.	Vznik daňové povinnosti na DPH 21 %	1 680	513	343

Zdroj: vlastní zpracování

Od 1. 1. 2016 s nástupem platnosti novelizovaného ZoÚ dojde ke změně v účtování změny stavu zásob vlastní činnosti, kdy je zrušena účtová skupina 61 a je nahrazena skupinou 58. (viz tab. 3.8)

Tab. 3.8 Účtování poskytování vlastních výrobků v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	6 500 1 365	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	6 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	7 500	521	331
4.	Změna stavu zásob výrobků v důsledku výroby	14 000	123	583
5.	Poskytnutí výrobku jako reklamního předmětu	8 000	513	123
6.	Vznik daňové povinnosti na DPH 21 %	1 680	513	343

Zdroj: vlastní zpracování

Společnost zabývající se prodejem zboží poskytuje jako reklamní vzorky svým zákazníkům, při reklamních akcích, nakoupené zboží. (viz tab. 3.9)

Tab. 3.9 Účtování poskytnutí nakoupeného zboží

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	PFA nákup zboží, ihned převedeno na sklad	10 000	132	321
	200 ks x 50 Kč DPH 21 %	2 100	343	321
2.	Výdej zboží v důsledku			
	a) poskytnutí reklamního vzorku	3 500	504	132
	b) prodeje	4 500	504	132
	c) reprezentace	1 000	513	132
	d) daru	700	543	132
5.	Vznik daňové povinnosti (DPH 21 %)			
	a) reprezentace	210	513	343
	b) daru	147	543	343

Zdroj: vlastní zpracování

Účtování inventarizace a časového rozlišení reklamy u podnikatele je spojeno s ukončením kalendářního (hospodářského) roku.

Časové rozlišení reklamy

Často se lze setkat s fakturami za reklamu, které nejsou z časového hlediska nijak určeny, není k nim uzavřena žádná písemná smlouva, ze které by byla časová souvislost zřejmá. Proto je nutné zjistit skutečný stav a podložit ho účetními záznamy, a pak aplikovat pravidlo časové a věcné souvislosti. Nejčastěji je porušena zásada časové a věcné souvislosti reklamy ve formě reklamních tiskovin, které se užívají většinou déle. Možné je jejich užití i na přelomu roku. Může jít o reklamní billboard. Také může být faktura na reklamu zaplacená v kalendářním (hospodářském)⁴ roce před jejím vyvěšením. [5] (viz tab. 3.10)

Tab. 3.10 Účtování časového rozlišení reklamy

Číslo	Datum	Text	Kč	MD	D
1.	12. 2015	PFA za tištěnou reklamu v časopise,	10 000	381	321
		který vyjde v lednu 2016 DPH 21 %	2 100	343	321
2.	1. 2016	Zúčtování reklamy v roce 2016	10 000	518	321

Zdroj: vlastní zpracování podle Kolektiv autorů, 2015

⁴ Hospodářský rok je 12 kalendářních měsíců nepřetržitě po sobě jdoucích, začínající kterýkoli den. Kalendářní rok začíná vždy 1. ledna.

Inventarizace majetku

Na konci účetního období, tedy na konci kalendářního (hospodářského) roku, je třeba provádět inventarizaci. Je třeba zjistit skutečný stav majetku a srovnat ho se stavem účetním. Inventarizace je součástí činností k ukončení účetního období. Srovnává se hmotný, ale i nehmotný majetek, v tomto případě i prostředky pro reklamu. Může se tedy jednat o reklamní tiskoviny, reklamní vzorky atd. Po zjištění inventarizačních rozdílů je třeba tyto rozdíly zúčtovat, aby se docílilo věrného a poctivého zobrazení účetnictví podle § 7 odst. 2 ZoÚ a finanční situace účetní jednotky. (viz tab. 3. 11)

Tab. 3.11 Účtování inventarizačních rozdílů v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Přebytek vlastních katalogů	480	112	648
2.	Manko vlastních katalogů	70	549	112
2.	Manko reklamních vzorků	320	549	123
3.	Přebytek reklamních vzorků	120	123	613

Zdroj: vlastní zpracování

Změna v účtování v roce 2016 díky zrušení skupiny 61- „Změna stavu zásob vlastní činnosti“. A přejmenování skupiny 58 na „Změna stavu zásob vlastní činnosti a aktivace“. (viz tab. 3.12)

Tab. 3.12 Účtování inventarizačních rozdílů v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Přebytek vlastních katalogů	480	112	648
2.	Manko vlastních katalogů	70	549	112
2.	Manko reklamních vzorků	320	549	123
3.	Přebytek reklamních vzorků	120	123	583

Zdroj: vlastní zpracování

3.1.1.2 Účtování reklamy u nestátní neziskové organizace

Účtování reklamy jako například reklamních tiskovin, předmětů a sponzoringu je i přes rozdíl v účtových osnovách u NNO oproti podnikatelským subjektům provedeno stejným způsobem. I u NNO se změnil výnosový účet aktivace a změny stavu zásob vlastních činností na účty nákladové, aby došlo k věrnějšímu obrazu v celém účetnictví. [47]

a) Reklamní tiskoviny

NNO obdržela přijatou fakturu za zpracování reklamních katalogů. V následujícím měsíci došlo k jejich distribuci zákazníkům. Marketingová agentura zaslala fakturu za vyvěšení reklamního billboardu na měsíc březen a duben. NNO ve stejném období nechala realizovat inzerát svého výrobku v novinách v hotovosti. NNO byla dodána faktura za světelnou reklamní tabuli, kterou v daném roce i částečně účetně odepsala. (viz tab. 3.13)

Tab. 3.13 Účtování reklamních tiskovin

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	PFA za vlastní reklamní katalogy DPH 21 %	4 000 840	112 343	321 321
2.	Spotřeba reklamních tiskovin	4 000	501	112
3.	PFA za reklamní letáky DPH 21 %	3 000 630	518 343	321 321
4.	PFA za vyvěšení reklamního billboardu DPH 21 %	10 000 2 100	518 343	321 321
5.	Zveřejnění inzerátu v novinách DPH 21 %	2 000 420	518 343	211 211
6.	PFA za světelnou reklamní tabuli DPH 21 %	46 500 9 765	042 343	321 321
7.	Zařazení světelné reklamní tabule	46 500	022	042
8.	Odpis světelné reklamní tabule	9 300	551	082

Zdroj: vlastní zpracování

b) Reklamy v masmédiích

NNO obdržela fakturu za zpracování reklamního spotu. Hodnota vyšší než 60 000 Kč a ve společnosti déle než 1 rok, podle požadavků ZDP stává DNM. Nejedná se o audiovizuální dílo, účtujeme na „jiný DNM“. (viz tab. 3.14)

Tab. 3.14 Účtování reklamy v masmédiích

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	PFA za televizní spot DPH 21 %	100 000 21 000	041 343	321 321
2.	Zařazení do DNM	100 000	019	041
3.	Odpis televizního spotu	5 000	551	079

Zdroj: vlastní zpracování

c) Reklamní předměty

NNO si nechala vyrobit 40 ks reklamních diářů (reklamní předmět). Splňuje podmínky pro to, aby byl podle ZDP daňově účinným nákladem. V následujícím měsíci byly spotřebovány. NNO nakoupila značková šumivá vína s cenou vyšší než 500 Kč a jsou tedy daňově neuznatelným nákladem podle ZDP. Půjde tedy zpravidla o náklad na reprezentaci nebo dar. Při reprezentaci není možný odpočet DPH na vstupu, proto je cena vína včetně DPH. V případě daru půjde o nákup s DPH na vstupu a je třeba jej snížit při vyskladnění i na výstupu. [5] (viz tab. 3.15)

Tab. 3.15 Účtování reklamních předmětů

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup reklamních diářů ⁵ 40 ks x 250 Kč za jeden kus DPH 21 %	10 000 2 100	112 343	321 321
2.	Předáno obchodním partnerům 20 ks diářů	5 000	501	112
3.	Nákup 8 lahví šumivého značkového vína ⁶ vč. DPH v hotovosti a jejich rozdělení obchodním partnerům	4 000	513	211
4.	Nákup 12 lahví značkového vína v ceně 650 Kč/ks DPH 21 %	7 800 1 638	132 343	211 211
5.	Darování 8 ks značkového vína ze skladu DPH 21 %	5 200 1 092	546 546	132 343

Zdroj: vlastní zpracování

d) Obchodní vzorky

NNO zabývající se výrobou poskytuje neprodejné vzorky. NNO vyrobila neprodejné vzorky na vyzkoušení. Náklady na výrobu neprodejného vzorku, který je v menším balení než celý výrobek, činí 20 Kč. Při reklamní příležitosti byla jejich část distribuována. (viz tab. 3.16)

Tab. 3.16 Účtování obchodních vzorků v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	2 500 525	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	2 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	1 500	521	331

⁵ Diář nepodléhá spotřební dani, cena do 500 Kč a je opatřen obchodní firmou a podle ZDP je DUN.

⁶ Víno podléhá spotřební dani, pořizovací cena je vyšší než 500 Kč/ks a není opatřen obchodní firmou a tedy podle ZDP není daňově uznatelným nákladem. Účtujeme o reprezentaci a to včetně DPH, protože je bez nároku na odpočet daně na vstupu podle zákona o DPH.

4.	Přijetí vzorků na sklad (200 ks v ceně 10 Kč)	4 000	123	613
5.	Výdej 150 ks vzorků - bezúplatné poskytnutí	3 000	613	123

Zdroj: vlastní zpracování

Od 1. 1. 2016 došlo ke změně, kdy byla zrušena účtová skupina 61 – „Změna stavu zásob vlastní činnosti“ a je nahrazena skupinou 56.(viz tab. 3.17)

Tab. 3.17 Účtování obchodních vzorků v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	2 500 525	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	2 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	1 500	521	331
4.	Přijetí vzorků na sklad (200 ks v ceně 10 Kč)	4 000	123	563
5.	Výdej 150 ks vzorků - bezúplatné poskytnutí	3 000	563	123

Zdroj: vlastní zpracování

V některých případech jsou poskytovány jako obchodní vzorky výrobky, které NNO sama vyrábí. Jelikož tyto předměty nebyly speciálně vyrobeny jako neprodejní vzorek, nejsou reklamním předmětem ani obchodním vzorkem. (viz tab. 3.18)

Tab. 3.18 Účtování poskytování vlastních výrobků v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	6 500 1 365	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	6 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	7 500	521	331
4.	Změna stavu zásob výrobků v důsledku výroby	14 000	123	613
5.	Vyskladnění výrobků v důsledku prodeje	6 000	613	123
5.	Poskytnutí výrobku jako reklamního předmětu	8 000	513	123
6.	Vznik daňové povinnosti na DPH 21 %	1 680	513	343

Zdroj: vlastní zpracování

S nástupem platnosti novelizovaného ZoÚ dojde ke změně v účtování změny stavu zásob vlastní činnosti, kdy je zrušena skupina 61 a je nahrazena skupinou 56. (viz tab. 3.19)

Tab. 3.19 Účtování poskytování vlastních výrobků v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu na výrobu DPH 21 %	6 500 1 365	112 343	221 221
2.	Spotřeba materiálu ve výrobě	6 500	501	112
3.	Mzdové náklady ve výrobě	7 500	521	331
4.	Změna stavu zásob výrobků v důsledku výroby	14 000	123	563
5.	Vyskladnění výrobků v důsledku prodeje	6 000	563	123
5.	Poskytnutí výrobku jako reklamního předmětu	8 000	513	123
6.	Vznik daňové povinnosti na DPH 21 %	1 680	513	343

Zdroj: vlastní zpracování

NNO zabývající se prodejem zboží poskytuje jako reklamní vzorky svým zákazníkům při reklamních akcích nakoupené zboží. (viz tab. 3.20)

Tab. 3.20 Účtování poskytnutí nakoupeného zboží

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	PFA nákup zboží, převedeno na sklad 200 ks x 50 Kč DPH 21 %	10 000 2 100	132 343	321 321
2.	Výdej zboží v důsledku a) poskytnutí reklamního vzorku b) prodeje c) reprezentace d) daru	3 500 4 500 1 000 700	504 504 513 543	132 132 132 132
5.	Vznik daňové povinnosti (DPH 21 %) a) reprezentace b) daru	210 147	513 543	343 343

Zdroj: vlastní zpracování

Účtování inventarizace a časového rozlišení reklamy je u NNO stejné jako u podnikatelů.

Časové rozlišení reklamy

Často se lze setkat s fakturami za reklamu, které nejsou z časového hlediska nijak určeny, není k nim uzavřena žádná smlouva, ze které by byla časová souvislost zřejmá. Proto je nutné zjistit skutečný stav a podložit ho účetními záznamy, a pak aplikovat pravidlo časové a věcné souvislosti. Nejčastěji je porušena u reklamy ve formě reklamních tiskovin, které se užívají většinou déle. Možné je tedy užití i na přelomu roku. Může jít o reklamní billboard.

Faktura na jakoukoli reklamu může být zaplacená v kalendářním (hospodářském)⁷ roce před jejím vyvěšením. [5] (viz tab. 3.21)

Tab. 3.21 Účtování časového rozlišení reklamy

Číslo	Datum	Text	Kč	MD	D
1.	12. 2015	PFA za tištěnou reklamu v časopise, který vyjde v lednu 2016 DPH 21 %	10 000 2 100	381 343	321 321
2.	1. 2016	Zúčtování reklamy v roce 2016	10 000	518	321

Zdroj: zpracováno podle Kolektiv autorů, 2015

Inventarizace majetku

Na konci účetního období je třeba provádět inventarizaci. Je třeba zjistit skutečný stav majetku a srovnat ho se stavem účetním. V tomto případě se srovnávají prostředky pro reklamu. Může se tedy jednat o reklamní tiskoviny, reklamní vzorky atd. Po zjištění inventarizačních rozdílů je třeba tyto rozdíly zúčtovat, aby se docílilo věrného a poctivého zobrazení účetnictví podle § 7 odst. 2 ZoÚ a finanční situace účetní jednotky. (viz tab. 3. 22)

Tab. 3.22 Účtování inventarizačních rozdílů v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Přebytek vlastních katalogů	480	112	649
2.	Manko vlastních katalogů	70	548	112
2.	Manko reklamních vzorků	320	548	123
3.	Přebytek reklamních vzorků	120	123	613

Zdroj: vlastní zpracování

Změna účtování v 2016 díky zrušení skupiny 61 a založení skupiny 56. (viz tab. 3.23)

Tab. 3.23 Účtování inventarizačních rozdílů v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Přebytek vlastních katalogů	480	112	649
2.	Manko vlastních katalogů	70	548	112
2.	Manko reklamních vzorků	320	548	123

⁷ Hospodářský rok je 12 kalendářních měsíců nepřetržitě po sobě jdoucích, začínající kterýkoli den. Kalendářní rok začíná vždy 1. ledna.

3.	Přebytek reklamních vzorků	120	123	563
----	----------------------------	-----	-----	-----

Zdroj: vlastní zpracování

3.1.2 Účtování sponzoringu

V této části bude shrnuto účtování a bude ukázán rozdíl mezi sponzoringem a reklamou.

3.1.2.1 Účtování sponzoringu u podnikatele

Společnost poskytla „sponzorský dar“, jde o jednostrannou platbu, nejedná se o sponzoring, ale o poskytnutí daru. Pokud společnost poskytla sponzorský příspěvek za reklamu na soukromé akci, jde o protislužbu za poskytnutí sponzorského příspěvku, jedná se tedy o sponzoring. V roce 2016 podporuje společnost sportovní kluby. První klub prezentuje společnost na plakátech, na areálu klubu a na všech vstupenkách na zápasy, tedy se jedná o protislužbu za úplatu, takže o sponzoring. Zatím co druhý klub neposkytl za tento příspěvek žádnou protislužbu, neprezentuje sponzora, ale pouze této společnosti vyjádřil dík, což není protislužba, jedná se tedy pouze o dar, nikoli sponzoring. (viz 3.24)

Tab. 3.24 Účtování sponzoringu

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Sponzorský dar – pouze platba – jde o dar	5 000	543	221
2.	Sponzorský příspěvek za poskytnutí reklamy na soukromé akci – protislužba - sponzoring	3 500	518	221
3.	Podpora sportovního klubu - prezentace společnosti – poskytnutá reklama (protislužba) – jde o sponzoring	15 000	518	221
4.	Podpora sportovního klubu – firma není zmíněna – bez protislužby - jedná se o poskytnutý dar	12 300	543	221

Zdroj: vlastní zpracování

3.1.2.2 Účtování sponzoringu u NNO

NNO poskytla „sponzorský dar“, jde o jednostrannou platbu, nejde se o sponzoring, ale o dar. Pokud NNO poskytla sponzorský příspěvek za reklamu na soukromé akci, jde o protislužbu za poskytnutí sponzorského příspěvku, jedná se tedy o sponzoring. (viz 3.25)

Tab. 3.25 Účtování sponzoringu

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Sponzorský dar – pouze platba – jde o dar	5 000	546	221

2.	Sponzorský příspěvek za poskytnutí reklamy na soukromé akci – protislužba - sponzoring	3 500	518	221
3.	Podpora sportovního klubu - prezentace společnosti – poskytnutá reklama (protislužba) – jde o sponzoring	15 000	518	221
4.	Podpora sportovního klubu – firma není zmíněna – bez protislužby - jedná se o poskytnutý dar	12 300	546	221

Zdroj: vlastní zpracování

3.1.3 Účtování reprezentace

V této části bude shrnuto účtování a bude ukázán rozdíl mezi reprezentací a reklamou.

3.1.3.1 Účtování reprezentace u podnikatele

Společnost pořádá firemní večírek, na který zajistila raut a ohňostroj. Raut slouží k spotřebě konkrétní osoby a jedná se tedy o reprezentaci, zatímco ohňostroj je vidět po celém okolí, jedná se o reklamu a jde o DUN. Dále pořádá vzdělávací seminář pro své zaměstnance, a ten se skládá z občerstvení a odměny školícího pracovníka. Občerstvení je součástí ceny školení, a tím navýšení jeho kvality, a proto jde o DUN. Firma ke konci roku pořádá obchodní jednání se svými obchodními partnery, a s tím je spojen pronájem prostor, cestovní náhrady například jednatele společnosti apod. a reklamní předměty, které budou při této příležitosti předávány obchodním partnerům a samozřejmě náklady na jejich pohoštění. Všechny náklady spojené s touto událostí jsou DUN kromě nákladů na pohoštění. (viz tab. 3.26)

Tab. 3.26: Účtování reprezentace

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Firemní večírek:			
	Raut - reprezentace	12 000	513	221
	Slavnostní ohňostroj – reklama	6 500	518	221
	DPH 21 %	1365	343	221
2.	Vzdělávací seminář:			
	Občerstvení	3 400	518	221
	DPH 21 %	714	343	221
	Odměna školícího pracovníka	7 300	518	221
	DPH 21 %	1 533	343	221
3.	Obchodní jednání:			
	Pronájem prostor	4 300	518	221
	DPH 21 %	903	343	221
	Cestovní náhrady	1250	512	211
	Reklamní předměty (propisky, katalogy,...) - výdej	800	501	112
	Náklady na pohoštění	2300	513	211
	DPH 21 %	483	513	211

Zdroj: vlastní zpracování

3.1.3.2 Účtování reprezentace u NNO

Náklady na reprezentaci budou účtovány u NNO stejným způsobem jako u PO (FO). Viz tab. 3.26, ve které je účtování v podnikatelské sféře. A to i přesto, že pro NNO je platná jiná účtová osnova než u podnikatelů, ale většina nákladových účtů má stejný význam jako u podnikatelských subjektů, lze tedy použít i u NNO.

3.2 Dary

Dar může mít z účetního hlediska jak věcný charakter, tak může být účtován jako služba, ale velmi často je dar v podobě peněz. Darovat lze zásoby, a to materiál, zboží, výrobky, ale také dlouhodobý majetek, ať už hmotný či nehmotný. Také je možné darovat služby – může jít o služby reklamní, poskytnutí opravy, apod. Může být poskytnut i peněžní dar. Dary mají z účetního pohledu dvě podoby. Může se jednat o dar poskytnutý a dar přijatý. Dar poskytnutý je na straně společnosti, která dar poskytuje protistraně, a dar přijatý na straně, která dar přijala.

3.2.1 Poskytnutý dar

Poskytnutý dar může mít jakýkoli charakter. Podle toho se mění i způsob účtování. A to hlavně od začátku roku s novelizovaným ZoÚ, vyhláškami a standardy, díky novému účtu pro poskytování peněžního daru. [38]

3.2.1.1 Účtování poskytnutého daru u podnikatele

a) Dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek

Společnost může poskytnout jakýkoli dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek. Např. společnost darovala počítač. Odepíše zůstatkovou cenu a z ní DPH a vyřadí ho. Nebo daruje software, který společnosti vyrobila ve vlastní režii a je oceněn vlastním náklady a zařazen do majetku. Odepíše se zůstatková cena a z ní DPH. A poté je vyřazen. Darovala pozemek v pořizovací ceně. Darovala nedokončený dlouhodobý hmotný majetek. (viz tab. 3.27)

Tab. 3.27 Účtování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaný počítač ZC	10 000	543	082
	DPH 21 %	2 100	543	343

2.	Vyřazení počítače	45 000	082	022
3.	Software vlastní výroby			
	a) 2015	62 000	041	622
	b) 2016	62 000	041	586
4.	Zařazení do majetku	62 000	013	041
5.	Darovaný software	62 000	543	073
	DPH 21 %	13 020	543	343
6.	Vyřazení softwaru	62 000	073	013
7.	Darování neodepisovaného majetku – pozemek	20 000	543	031
8.	Darování nedokončeného DHM - skříň	15 000	543	042

Zdroj: vlastní zpracování

b) Zásoby

Společnost darovala materiál v ceně pořízení spolu s DPH. Dále darovala zboží, které bylo vyskladněno v nákupní ceně spolu s DPH. Darování vlastních výrobků, které byly vydány ve vlastních nákladech spolu s DPH. (viz tab. 3.28)

Tab. 3.28 Účtování zásob (způsobem A)

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu v hotovosti, zařazen přímo na sklad	5 900	112	211
	DPH 21 %	1 239	343	211
2.	Darování materiálu	2 500	543	112
	DPH 21 %	525	543	343
3.	PFA nákup zboží, zařazeno na sklad	5 600	132	321
	DPH 21 %	1 176	343	321
4.	Darování zboží	3 400	543	132
	DPH 21 %	714	543	343
5.	Výroba:			
	Spotřeba materiálu	3 400	501	112
	Hrubé mzdy	1 600	521	331
6.	Naskladnění výrobků			
	a) 2015	5 000	123	613
	b) 2016	5 000	123	583
7.	Darování výrobků	3 400	543	123
	DPH 21 %	714	543	343

Zdroj: vlastní zpracování

Darován nakoupený materiál, který je vyskladněn v pořizovací ceně s DPH. Darované zboží bylo vyskladněno v nákupní ceně s DPH na výstupu. Darované vlastní výrobky, které jsou oceněny ve vlastních nákladech, přímými, ale z části nepřímými s DPH. (viz tab. 3.29)

Tab. 3.29 Účtování zásob (způsobem B)

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu v hotovosti DPH 21 %	5 900 1 239	501 343	211 211
2.	Darování materiálu DPH 21 %	2 500 525	543 543	501 343
3.	PFA nákup zboží DPH 21 %	5 600 1 176	504 343	321 321
4.	Darování zboží DPH 21 %	3 400 714	543 543	504 343
5.	Výroba: hrubé mzdy	1 600	521	331
6.	Naskladnění výrobků	5 000	-	-
7.	Darování výrobků DPH 21 %	3 400 714	543 543	501 343

Zdroj: vlastní zpracování

c) Peněžní prostředky

Společnost darovala peníze v hotovosti z pokladny. A další peněžní dar byl poskytnut přímo z bankovního účtu. Společnost darovala ceniny (poštovní známky, telefonní karty). (viz tab. 3.30)

Tab. 3.30 Účtování peněžních prostředků v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darování peněz v hotovosti	5 000	543	211
2.	Dar z bankovního účtu	200 000	543	221
3.	Darované ceniny	4 000	543	213

Zdroj: vlastní zpracování

Od roku 2016 došlo ke změně v účtování, kdy vznikl nový účet číslo 565 – Poskytnuté dary. Tento účet se nachází ve finanční části, jelikož se jedná o peněžní dary. (viz tab. 3.31)

Tab. 3.31 Účtování peněžních prostředků v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darování peněz v hotovosti	5 000	565	211
2.	Dar z bankovního účtu	200 000	565	221
3.	Darované ceniny	4 000	565	213

Zdroj: vlastní zpracování

d) Služby

Společnost poskytla darem opravu počítače s DPH, se kterou jsou spojeny náklady, jako např. mzda pracovníka, který počítač opravil, a spotřeba materiálu, který byl při opravě využit. Poté společnost poskytla reklamní služby s DPH. Stejně jako u opravy zde vznikly náklady s touto službou spojené. Společnost může také poskytnout darem pronájem svých volných prostor. (viz tab. 3.32)

Tab. 3.32 Účtování služeb

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Mzda pracovníka	3 000	521	331
2.	Spotřeba materiálu	1 000	501	112
3.	Oprava počítače – darem			
	a) 2015	4 000	543	622
	b) 2016	4 000	543	586
	DPH 21 %	840	543	343
4.	Mzda pracovníka	2 000	521	331
5.	Spotřeba materiálu	1 500	501	112
6.	Reklamní služby – darem			
	a) 2015	3 500	543	622
	b) 2016	3 500	543	586
	DPH 21 %	735	543	343
7.	Pronájem prostor – darem			
	a) 2015	4 000	543	622
	b) 2016	4 000	543	586

Zdroj: vlastní zpracování

3.2.1.2 Účtování poskytnutého daru u NNO

NNO účtují o darech poskytnutých z vlastních zdrojů anebo o darech, které přijaly a budou je dále poskytovat potřebným. Proto nadále bude kapitola rozdělena do 2 částí, a to na dar poskytnutý z vlastních zdrojů a poskytnutý z fondů.

1) Poskytnutý dar z vlastních zdrojů

NNO poskytuje dary potřebným osobám ze svých vlastních zdrojů.

a) Dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek

NNO darovala z vlastních zdrojů počítač. Odepíše zůstatkovou cenu počítače a z ní odvede i DPH a vyřadí ho z majetku. Poté NNO darovala práva k softwaru, odepsala

zůstatkovou cenu do nákladů, společně s DPH ze zůstatkové ceny a vyřadila ho z majetku. NNO darovala část svého pozemku, který jako neodpisovaný majetek v pořizovací ceně vyřadila. (viz tab. 3.33)

Tab. 3.33 Účtování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaný počítač ZC DPH 21 %	10 000 2 100	546 546	082 343
2.	Vyřazení počítače	45 000	082	022
3.	Darovaný software DPH 21 %	62 000 13 020	546 546	073 343
4.	Vyřazení softwaru	62 000	073	013
5.	Darování neodepisovaného majetku – pozemek	20 000	901	031

Zdroj: vlastní zpracování

b) Zásoby

Společnost darovala materiál, vyskladnila ho v ceně pořízení spolu s DPH. Dále darovala zboží, které bylo vyskladněno v nákupní ceně spolu s DPH. Darování vlastních výrobků, které byly vydány ve vlastních nákladech spolu s DPH. (viz tab. 3.34)

Tab. 3.34 Účtování zásob (způsobem A)

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu v hotovosti, zařazen přímo na sklad DPH 21 %	5 900 1 239	112 343	211 211
2.	Darování materiálu DPH 21 %	2 500 525	546 546	112 343
3.	PFA nákup zboží, zařazeno na sklad DPH 21 %	5 600 1 176	132 343	321 321
4.	Darování zboží DPH 21 %	3 400 714	546 546	132 343
5.	Výroba: Spotřeba materiálu Hrubé mzdy	3 400 1 600	501 521	112 331
6.	Naskladnění výrobků a) 2015 b) 2016	5 000 5 000	123 123	613 563
7.	Darování výrobků DPH 21%	3 400 714	546 546	123 343

Zdroj: vlastní zpracování

Darován nakoupený materiál, byl vyskladněn v pořizovací ceně s DPH. Darované zboží, vyskladněno v nákupní ceně s DPH na výstupu. Darování vlastních výrobků, v ceně vlastních nákladů spolu s DPH. (viz tab. 3.35)

Tab. 3.35 Účtování zásob (způsobem B)

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Nákup materiálu v hotovosti DPH 21 %	5 900 1 239	501 343	211 211
2.	Darování materiálu DPH 21 %	2 500 525	546 546	501 343
3.	PFA nákup zboží DPH 21 %	5 600 1 176	504 343	321 321
4.	Darování zboží DPH 21 %	3 400 714	546 546	504 343
5.	Výroba: hrubé mzdy	1 600	521	331
6.	Naskladnění výrobků	5 000	-	-
7.	Darování výrobků DPH 21 %	3 400 714	546 546	501 343

Zdroj: vlastní zpracování

c) Peněžní prostředky

NNO darovala z vlastních zdrojů peníze v hotovosti. Další peněžní dar od této organizace z vlastních zdrojů byl poukázán z bankovního účtu. NNO darovala i ceniny (poštovní známky, telefonní karty). (viz tab. 3.36)

Tab. 3.36: Účtování peněžních prostředků

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darování peněz v hotovosti	5 000	546	211
2.	Dar z bankovního účtu	200 000	546	221
3.	Darované ceniny	4 000	546	213

Zdroj: vlastní zpracování

d) Služby

NNO poskytla reklamní služby + DPH. Vznikly zde náklady s touto službou spojené, např. se jedná o mzdu pracovníka, který reklamní předmět graficky navrhoval (vyráběl) a spotřeba materiálu, který se spotřeboval např. při výrobě (vzniku). NNO pronajala bezúplatně svoje prostory. (viz tab. 3.37)

Tab. 3.37: Účtování služeb

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Mzda pracovníka	2 000	521	331
2.	Spotřeba materiálu	1 500	501	112
3.	Reklamní služby – darem			
	a) 2015	3 500	546	622
	b) 2016	3 500	546	573
	DPH 21 %	735	546	343
4.	Pronájem prostor – darem			
	a) 2015	4 000	546	622
	b) 2016	4 000	546	573

Zdroj: vlastní zpracování

2) Poskytnutý dar z fondů

NNO poskytují potřebným dary ze zdrojů, které získaly přímo od dárců, tyto zdroje a majetek NNO eviduje odděleně od vlastního majetku na účtech fondů.

a) Dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek

NNO darovala z fondů určených k darování počítač. Společnost z fondu koupila software, který poté darovala. Organizace darovala pozemek, který vyřadila s fondů. NNO darovala nedokončený dlouhodobý hmotný majetek, který nestihla zařadit. (viz tab. 3.38)

Tab. 3.38: Účtování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaný počítač	40 000	911	022
2.	Pořízení softwaru z peněz z fondu, z bankovního účtu	62 000	911	648
		62 000	013	221
3.	Darovaný software	62 000	911	013
4.	Darování neodepisovaného majetku – pozemek	20 000	911	031
5.	Darování nedokončeného hmotného majetku	15 000	911	042

Zdroj: vlastní zpracování

b) Zásoby

NNO darovala materiál a zboží z fondů, ve kterých má darovaný majetek. (viz tab. 3.39)

Tab. 3.39: Účtování zásob

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darování materiálu z fondů	5 900	911	112
2.	Darování zboží z jiných fondů	3 400	911	132

Zdroj: vlastní zpracování

c) Peněžní prostředky

NNO darovala peníze v hotovosti z fondů. A další peněžní dar od NNO z vyhrazených fondů byl poukázán z bankovního účtu. NNO darovala ceniny z fondů. (viz tab. 3.40)

Tab. 3.40: Účtování peněžních prostředků

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darování peněžních prostředků v hotovosti	5 000	911	211
2.	Dar z bankovního účtu	200 000	911	221
3.	Darované ceniny	4 000	911	213

Zdroj: vlastní zpracování

d) Služby

NNO poskytla darem opravu počítače s DPH. Oprava byla financována společně s ostatními službami z darovaných finančních prostředků, které má oddělené ve fondech. Organizace pak poskytne reklamní služby a pronájem místnosti. (viz tab. 3.41)

Tab. 3.41: Účtování služeb

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Pořízení opravy z darovaných finančních prostředků	4 000	911	648
		4 000	518	211
3.	Pořízení reklamních služeb z přidělených fondů	3 500	911	648
		3 500	518	211
5.	Zaplacení pronájmu prostor z darovaných peněz	2 000	911	648
		2 000	518	211

Zdroj: vlastní zpracování

3.2.2 Přijatý dar

Přijatý dar může mít jakýkoli charakter, tedy věcný, movitý i nemovitý, peněžní. Podle toho se mění i způsob účtování. Od začátku roku se s novelizovaným ZoÚ změnil i způsob

úctování u podnikatele. Změna bude hlavně díky novým účtům pro přijaté dary ať už majetkovým, tak i peněžním, a to i v hotovosti nebo bezhotovostním převodem. [38]

3.2.2.1 Účtování přijatého daru u podnikatele

a) Dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek

Společnost přijala darovaný počítač v reprodukční pořizovací ceně (dále jen „RPC“). Přijatá faktura za instalaci počítače spolu s DPH. Společnost počítač zařadila do majetku společnosti. Byl přijat darovaný software. Společnost zaplatila v hotovosti instalaci softwaru + DPH. Darovaný software byl zařazen do majetku společnosti. Společnost zařadila do majetku darovaný pozemek. (viz tab. 3.42)

Tab. 3.42 Účtování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaný počítač RPC	49 000	042	413
2.	PFA Instalace počítače	1 500	042	321
	DPH 21 %	315	343	321
3.	Zařazení počítače	50 500	022	042
4.	Darovaný software RPC	72 000	041	413
5.	Instalace softwaru	2 000	041	211
	DPH 21 %	420	343	211
6.	Zařazení softwaru	74 000	013	041
7.	Darovaný pozemek	30 000	031	413

Zdroj: vlastní zpracování

Od roku 2016 došlo ke změně v účtování, kdy vznikne nový účet číslo 643 – „Přijaté dary“ proto, aby se přijaté dary majetkové povahy dostaly přímo do výnosů společnosti. (viz tab. 3.43)

Tab. 3.43 Účtování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku v 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaný počítač RPC	49 000	042	643
2.	PFA Instalace počítače	1 500	042	321
	DPH 21 %	315	343	321
3.	Zařazení počítače	50 500	022	042
4.	Darovaný software RPC	72 000	041	643

5.	Instalace softwaru DPH 21 %	2 000 420	041 343	211 211
6.	Zařazení softwaru	74 000	013	041
7.	Darovaný pozemek	30 000	031	643

Zdroj: vlastní zpracování

b) Zásoby

Společnost přijala darovaný materiál a zboží od dárce přímo na sklad. (viz tab. 3.44)

Tab. 3.44 Účtování zásob (způsobem A) v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaného materiálu RPC	3 000	112	413
2.	Příjem darovaného zboží RPC	5 900	132	413

Zdroj: vlastní zpracování

Od roku 2016 dojde ke změně v účtování, kdy vznikne nový účet číslo 643 – Přijaté dary, pro přijaté majetkové plnění. (viz tab. 3.45)

Tab. 3.45 Účtování zásob (způsobem A) v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaného materiálu RPC	3 000	112	643
2.	Příjem darovaného zboží RPC	5 900	132	643

Zdroj: vlastní zpracování

Společnost přijala materiál a zboží darem, které předala do spotřeby. (viz tab. 3.46)

Tab. 3.46 Účtování zásob (způsobem B) v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaného materiálu RPC	3 000	501	413
2.	Příjem darovaného zboží RPC	5 900	504	413

Zdroj: vlastní zpracování

Přijaté dary hmotné povahy jsou od 1. 1. 2016 s platností novelizovaného ZoÚ, účtovány do výnosů na účet 643 – „Přijaté dary“. (viz tab. 3.47)

Tab. 3.47 Účtování zásob (způsobem B) v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaného materiálu RPC	3 000	501	643
2.	Příjem darovaného zboží RPC	5 900	504	643

Zdroj: vlastní zpracování

c) Peněžní prostředky

Společnost přijala peněžní dar v hotovosti, který vložila do firemní pokladny. Dále společnosti přišel peněžní dar poskytnutý od dárce přímo na bankovní účet. Společnost si připsala darované ceniny do majetku. (viz tab. 3.48)

Tab. 3.48 Účtování peněžních prostředků v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaných peněz	5 000	211	413
2.	Příjem darovaných peněz na BÚ	200 000	221	413
3.	Příjem darovaných cenin	4 000	213	413

Zdroj: vlastní zpracování

Od roku 2016 došlo ke změně v účtování, kdy vznikne nový účet číslo 669 – Přijaté dary. Tento účet se nachází ve finanční části, bude se tedy jednat o přijaté peněžní dary ať už v hotovosti, nebo v podobě cenin či přijaté bezhotovostním převodem. (viz tab. 3.49)

Tab. 3.49 Účtování peněžních prostředků v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaných peněz	5 000	211	669
2.	Příjem darovaných peněz na BÚ	200 000	221	669
3.	Příjem darovaných cenin	4 000	213	669

Zdroj: vlastní zpracování

d) Služby

Společnosti byl opraven počítač a tato služba byla společnosti darovaná. Dále společnost přijala jako dar reklamní službu. A byl jí darován pronájem volných prostor pro školení, která společnost uspořádá pro své zaměstnance. (viz tab. 3.50)

Tab. 3.50 Účtování služeb v roce 2015

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaná oprava počítače	4 000	511	413
2.	Darovaná reklamní služba	3 500	518	413
3.	Darovaný pronájem prostor	8 900	518	413

Zdroj: vlastní zpracování

Od roku 2016 došlo ke změně v účtování, kdy vznikne nový účet číslo 643 – Přijaté dary. Protože jde o dar v podobě služby, nejedná se tedy o peněžitý dar. (viz tab. 3.51)

Tab. 3.51: Změna v účtování služeb v roce 2016

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaná oprava počítače	4 000	511	643
2.	Darovaná reklamní služba	3 500	518	643
3.	Darovaný pronájem prostor	8 900	518	643

Zdroj: vlastní zpracování

3.2.2.2 Účtování přijatého daru u NNO

NNO účtují o darech přijatých pro potřeby společnosti, ale také o darech, které přijaly a budou je poskytovat dále potřebným.

1) Přijatý dar pro vlastní potřebu

NNO přijímají dary pro vlastní potřeby, jedná se o majetek, který je nezbytný k samotné funkci organizace. Protože je to organizace, která nevznikla primárně kvůli dosažení zisku, je tedy závislá na příspěvcích, které může získat v okolí, např. darem.

a) Dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek

NNO přijala darovaný počítač v RPC. Přijatá faktura za instalaci počítače + DPH. NNO počítač zařadila do majetku. Byl přijat darovaný software. NNO zaplatila v hotovosti instalaci spolu s DPH. Software byl zařazen do majetku. Majetek vždy překročil ocenění podle ZDP. NNO přijala darovaný pozemek. (viz tab. 3.52)

Tab. 3.52: Účtování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaný počítač RPC	49 000	042	901
2.	PFA Instalace počítače DPH 21 %	1 500 315	042 343	321 321
3.	Zařazení počítače	50 500	022	042
4.	Darovaný software RPC	72 000	041	901
5.	Instalace softwaru DPH 21 %	2 000 420	041 343	211 211
6.	Zařazení softwaru	74 000	013	041
7.	Darovaný pozemek	30 000	031	901

Zdroj: vlastní zpracování

b) Zásoby

NNO přijala darovaný materiál a zboží na sklad. (viz tab. 3.53)

Tab. 3.53: Účtování zásob (způsob A)

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaného materiálu RPC	3 000	112	901
2.	Příjem darovaného zboží RPC	5 900	132	901

Zdroj: vlastní zpracování

NNO přijala darovaný materiál a zboží přímo do spotřeby. (viz tab. 3.54)

Tab. 3.54: Účtování zásob (způsob B)

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaného materiálu RPC	3 000	501	901
2.	Příjem darovaného zboží RPC	5 900	504	901

Zdroj: vlastní zpracování

c) Peněžní prostředky

NNO přijala peněžní dar v hotovosti. Dále NNO přišel peněžní dar na bankovní účet. NNO obdržela ceniny, které ji byly darovány. (viz tab. 3.55)

Tab. 3.55: Účtování peněžních prostředků

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaných peněz	5 000	211	901
2.	Příjem darovaných peněz na BÚ	200 000	221	901
3.	Příjem darovaných cenin	4 000	213	901

Zdroj: vlastní zpracování

d) Služby

NNO byl opraven počítač a tato služba byla darem. Dále bylo společnosti darováno poskytnutí reklamní služby. A byl jí darován pronájem volných prostor. (viz tab. 3.56)

Tab. 3.56: Účtování služeb

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaná oprava počítače	4 000	511	901
2.	Darovaná reklamní služba	3 500	518	901
3.	Darovaný pronájem prostor	8 900	518	901

Zdroj: vlastní zpracování

2) Přijatý dar pro potřeby ostatních

NNO přijímá dary, které poté předává dál a tyto příspěvky musí evidovat odděleně.

a) Dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek

NNO přijala dary, které poskytne druhým, zatím byl dlouhodobý majetek převeden na oddělené fondy podle společnosti určené k darování. (viz tab. 3.57)

Tab. 3.57: Účtování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Darovaný počítač	49 000	042	911
2.	Zařazení počítače	49 000	022	042
3.	Darovaný software	72 000	041	911
4.	Zařazení softwaru	72 000	013	041
5.	Darovaný pozemek	30 000	031	911

Zdroj: vlastní zpracování

b) Zásoby

NNO přijala darovaný materiál a zboží na sklad a eviduje je odděleně na příslušném účtu fondů určených k darování. (viz tab. 3.58)

Tab. 3.58: Účtování zásob

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaného materiálu RPC	3 000	112	911
2.	Příjem darovaného zboží RPC	5 900	132	911

Zdroj: vlastní zpracování

c) Peněžní prostředky

NNO přijala peněžní dar v hotovosti, který vložila do pokladny. Dále organizaci přišel peněžní dar na bankovní účet. A přijala ceniny, které jí byly darované. Tyto všechny finanční dary jsou odděleně evidovány na příslušném účtu fondů určených k darování. (viz tab. 3.59)

Tab. 3.59: Účtování peněžních prostředků

Číslo	Text	Kč	MD	D
1.	Příjem darovaných peněz	5 000	211	911
2.	Příjem darovaných peněz na BÚ	200 000	221	911
3.	Příjem darovaných cenin	4 000	213	911

Zdroj: vlastní zpracování

3.3 Komparace účtování reklamy a darů

V této podkapitole bude porovnán rozdíl účtování mezi podnikateli a NNO.

3.3.1 Komparace účtování reklamy, sponzoringu a reprezentace

Při účtování reklamy i její realizaci v účtování nevznikají žádné velké rozdíly, spíše naopak. Dokonce i změny v účtování, které nastaly s platností novelizovaného ZoÚ a jeho upravujících vyhlášek a standardů, mají NNO a podnikatelé společné. Ale způsob účtování je stále stejný pro obě tyto strany. [47] (viz tab. 3.60)

Tab. 3.60 Komparace změn v účtování reklamy

	Podnikatelé	NNO
Zrušeno	Skupina 61 – „Změna stavu zásob vlastní činnosti Skupina 62 – „Aktivace“	Skupina 61 – „Změna stavu zásob vlastní činnosti Skupina 62 – „Aktivace“
Přejmenováno	Skupina 58 – „Změna stavu zásob vlastní činnosti a aktivace“	
Založeno		Skupina 56 – „Změna stavu zásob vlastní činnosti“ Skupina 57 – Změna stavu zásob vlastní činnosti“

Zdroj: vlastní zpracování

3.3.2 Komparace účtování darů

Prvním rozdílem je rozdělení darů. U NNO se dary dělí ještě kromě darů poskytnutých a přijatých na dary pro vlastní potřeby či z vlastních zdrojů a dary pro potřeby ostatních a poskytované z cizích zdrojů. (viz tab. 3.61)

Tab. 3.61 Rozdělení darů

	Podnikatelé	NNO
Poskytnuté dary	z vlastních zdrojů	z vlastních zdrojů
		z cizích zdrojů – fondů
Přijaté dary	pro vlastní činnost	pro vlastní činnost
		pro poskytování z fondů

Zdroj: vlastní zpracování

Při poskytování darů vzniká několik rozdílů v účtování, a to nejen díky jiné účtové osnově, ale díky vyhláškám a standardům, které se od ledna 2016 novelizovaly spolu se ZoÚ.

V podnikatelské sféře účetní jednotka poskytuje dary pouze z vlastních zdrojů, zatímco NNO mohou přijímat dary za účelem poskytnutí jiným subjektům. Při poskytování darů pak musí účetní jednotka rozlišovat, zda dary jsou poskytované z vlastních zdrojů, nebo jde o zdroje přijaté od jiných subjektů. Od ledna je u podnikatelských subjektů rozlišeno, jedná-li se o finanční, či majetkový dar. (viz tab. 3. 62)

Tab. 3.62 Komparace účtování poskytnutých darů

	Podnikatelé	NNO	
	z vlastních zdrojů	z vlastních zdrojů	z cizích zdrojů – fondů
2015	543 – Poskytnuté dary	546 – Dary 901 – Vlastní jmění	911 – Fondy
2016	543 – Poskytnuté dary 565 – Poskytnuté dary	546 – Dary 901 – Vlastní jmění	911 – Fondy

Zdroj: vlastní zpracování

Stejně jako u poskytnutých darů se rozlišují u NNO i přijaté dary. NNO může přijmout dary jak za účelem poskytnutí dál jiným subjektům, tak za účelem držení, pro zajištění fungování své vlastní činnosti. U podnikatelů si účetní jednotka přijaté dary pouze ponechává. Podle novelizovaného ZoÚ jsou založeny nové účty pro účtování přijatých darů. (viz tab. 3.63)

Tab. 3.63 Komparace účtování přijatých darů

	Podnikatelé	NNO	
	pro vlastní potřebu	pro vlastní potřebu	poskytování z fondů
2015	413 – Ostatní kapitálové fondy	901 – Vlastní jmění	911 - Fondy
2016	643 – Přijaté dary 669 – Přijaté dary	901 – Vlastní jmění	911 - Fondy

Zdroj: vlastní zpracování

4 Daňová problematika reklamy a darů

Kapitola představí zákony, kterých se tento oddíl bude týkat a které řeší tuto problematiku. Kapitola bude zaměřena na daňovou problematiku, daňovou uznatelnost a neuznatelnost nákladů jednotlivých druhů reklamy, darů a způsob, jakým se prokazuje jejich vznik. Je zde porovnáván rozdíl v daňové problematice u fyzické, právnické osoby a NNO.

4.1 Reklama

Macháček [19, s. 2] tvrdí že, „výdaji na reklamu rozumíme výdaje spojené s prezentací obchodního jména firmy, výrobků a služeb poskytovaných firmou, loga firmy, ochranné známky firmy apod. v různých médiích, akcích a aktivitách.“ Reklama je daňově uznatelným nákladem (dále jen „DUN“), pokud lze prokázat, že výdaje na reklamu a propagaci jsou vynaloženy na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů. V případě daňové kontroly je účetní jednotka povinna správci daně prokázat souvislost nákladů na reklamu s dosažitelnými příjmy. Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu nespecifikuje daňovou uznatelnost výdajů na reklamu v § 24 odst. 2, nýbrž je třeba vycházet z § 24 odst. 1, že výdaje na reklamu jsou vynaloženy na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů, proto jsou tedy DUN. Musí být ovšem zohledněno časové rozlišení, pokud se to týká několika zdaňovacích období. Při daňové kontrole je povinnost dokazovat souvislost výdajů s dosaženými příjmy na daném subjektu. [19] Příklad smlouvy o reklamě viz **příloha 2**.

4.1.1 Zákony upravující reklamu

a) Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních

Spotřební daň je jednorázovou nepřímou daní. To znamená, že ji odvádí plátce za poplatníka, může to být například obchodní řetězec, který odvede daň za konečného spotřebitele, apod. [5] Používá pevnou sazbu daně, která je u každého druhu jiná. V současné době existují tyto druhy podle § 1 odst. 2 zákona o spotřebních daních, a to daň z minerálních olejů, daň z lihu, daň z piva, daň z vína a meziproduktů, daň z tabákových výrobků, daň ze surového tabáku. [28]

b) Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty

DPH je také nepřímou daní, opět ji za poplatníka odvádí subjekt provádějící zdanitelná plnění v podnikání. [5] Předmětem daně je zdanitelné plnění podle § 2 zákona o DPH jako

například dodání zboží, poskytnutí služby za úplatu, ale také pořízení zboží z jiného členského státu v EU apod. [43] V různých případech mohou být zdanitelná plnění osvobozena. Od 1. ledna 2015 vešla v platnost **druhá snížená** sazba 10 %, základní sazbou daně je 21 % a první sníženou sazbou 15 %. [32] Rozdělení zdanitelných plnění podléhajících určené sazbě viz přílohy zákona o DPH. Od tohoto roku je nově povinnost pro plátce daně podávat kontrolní hlášení k dani. [30]

Přidaná hodnota je nově vytvořená hodnota, která je poté předmětem daně. Je to přidaná hodnota statku či služby k části na vstupu. Na každém stupni se zdaňuje pouze ta část, která byla činností podniku přidána. [5]

c) **Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů**

Daň z příjmu je přímou daní, která se dělí na dvě části, a to na daň z příjmů právnických a fyzických osob. Plátcem daně je podle § 38c poplatník se sídlem či bydlištěm na území ČR, pokud je tento poplatník povinen odvést správci daně daň nebo jen zálohu na daň, které jsou vybrány od jiných poplatníků nebo jiným poplatníkům sraženy, nebo úhradu na zajištění daně. Sazby daně se rovněž dělí do dvou skupin, u FO činí 15 % a u PO 19 %. Tato sazba se u FO nezměnila od roku 2008 a u PO se tato sazba nezměnila od roku 2010. Předmětem daně z příjmů u FO jsou příjmy hned v několika paragrafech, jedná se o příjmy ze závislé činnosti, samostatné činnosti, z kapitálového majetku, nájmu a ostatní příjmy, které do žádné části nespadají. Předmětem daně u PO jsou podle § 18 příjmy z činnosti. Základem daně jsou tyto příjmy snížené o prokazatelně vynaložené náklady. Daňové přiznání se podává k 1. 4. následujícího roku. [10]

4.1.2 **Daňová problematika druhů reklamy**

Tato podkapitola zobrazí daňovou problematiku jednotlivých druhů reklamy. Rozliší údaje, které je třeba prokazovat, a ty se mohou lišit ať už ze zákona o daních z příjmů (dále jen „ZDP“), ale i ze zákona o DPH (dále jen „ZDPH“) či zákona upravujícího spotřební daně. Ale i tyto důležité zákony se v názorech na některé velmi rozcházejí.

a) **Reklamní tiskoviny**

Pokud jsou reklamní tiskoviny pro společnost pouze předměty, které distribuuje sama, jedná se o nákup materiálu a tedy společně s distribucí o jeho spotřebu a jde tedy o DUN.

Může jít i o rozesílání „novoročenek“ obchodním partnerům na konci roku. Tento výdaj lze pokládat za DUN, jelikož splňuje podmínku podle § 24 odst. 1 ZDP. Reklamní tiskoviny může firma také odebrat od marketingové společnosti. Zahrnuje nejen výrobu tiskovin, ale i distribuci, a proto se jedná o službu, a pokud je to služba za dosažením a udržením zdanitelných příjmů, jedná se o DUN. Firma může darovat například i reklamní kalendáře, které musí splňovat podmínky stejně jako reklamní předměty v následující části, jinak by se nejednalo o reklamu a tak i DUN. [33]

b) Reklamy v masmédiích

Reklama v masmédiích může být službou tedy i DUN, anebo může jít o dlouhodobý nehmotný majetek. Pokud přesahuje ocenění nad 60 000 Kč, které je určeno jako minimální pořizovací cena podle ZDP, nejedná se o přímou spotřebu, ale do DUN vstupuje pomocí odpisů, které jsou počítány podle ZDP a to zrychleně nebo rovnoměrně.

c) Reklamní předměty

Reklamní předmět, jehož částka nepřesahuje bez DPH částku 500 Kč (pokud nejsme plátcí daně cena včetně DPH do částky 500 Kč), nepodléhá spotřební dani s výjimkou tichého vína a je opatřen obchodní firmou, ochrannou známkou nebo logem poskytovatele tohoto předmětu nebo názvem propagovaného zboží nebo služby. Potom se nepovažuje za dar a je DUN podle § 25 odst. 1 písm. t) ZDP. Pokud předmět nesplňuje tyto podmínky, považuje se za daňově neuznatelný náklad – tedy dar, který bude popsán později.

Obchodní firmou se podle § 423 - § 428 NOZ rozumí jméno, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Nesmí být více stejných obchodních firem, aby nedošlo k záměně. Musí mít odlišné znaky, aby je byla veřejnost schopná rozlišit. Obchodní firmou bude tedy u FO její jméno a příjmení a například odlišující dodatek. Může to být druh podnikání, aby došlo k odlišení osob. U obchodních společností, družstev je za obchodní firmu pokládán název, který je zapsán do obchodního rejstříku. Součástí může být i dodatek, který označuje právní formu společnosti. [19]

Podle zákona o DPH (dále jen „ZDPH“) je reklamní předmět definován odlišně. Pro splnění podmínek uznatelnosti pro DPH v rámci ekonomické činnosti nemusí reklamní předmět obsahovat logo ani ochrannou známku a nezáleží na souvislosti se spotřební daní. Pro příklad podle ZDPH může být reklamním předmětem láhev alkoholického nápoje v ceně

do 500 Kč. Ale podle ZDP nemůže být DUN. [5] A to podle §25 odst. 1 písm. t) kde je řečeno, že dar, který splňuje tyto podmínky, je DUN. Peněžní hodnota se od roku 1995 neměnila, až s novelou zákona od 1. 1. 2014 se hodnota zvýšila z původních 200 Kč na současných 500 Kč. [10]

Reklamní předmět **na straně příjemce** ve formě daru přijatého v souvislosti s činností, ze které plyne jeho příjem ze samostatné výdělečné činnosti, je podle § 4 odst. 1 písm. g) jako příjem plynoucí ve formě daru od daně osvobozen. [19] Tedy je osvobozen dar, který je přijatý ať už podnikatelem, nebo jinou osobou, která má příjem ze samostatné výdělečné činnosti, jako reklamní předmět, který splňuje všechny podmínky podle ZDP, tedy jméno nebo ochrannou známku poskytovatele předmětu, cenu do 500 Kč, apod. [10]

d) Obchodní vzorky

Obchodní vzorky (neprodejné vzorky) nepodléhají DPH, pokud jsou poskytnuty v rámci ekonomické činnosti. A podle ZDP jsou DUN, pokud jsou vynaloženy na dosažení, zajištění a udržení příjmů § 24 odst. 1 ZDP. Pokud je poskytován celý výrobek, jedná se o daňově neuznatelný náklad a je třeba odvést DPH. Ale celé důkazní břemeno náleží poskytovateli. [36] Tyto obchodní vzorky mohou být rozdávány zákazníkům například v obchodech, kdy se jedná například o ochutnávkové akce, ale také jako výrobky k nákupu, a to mohou být novinky u spotřebitele. Potom se jedná o marketingovou akci, která má za cíl přivést nové zákazníky (odběratele). [5]

e) Reklamní soutěž

Reklamní soutěž patří mezi akce pořádané podnikatelem za účelem propagace svých výrobků, zboží, služeb apod. Výhry z reklamních soutěží představují pro výherce zdanitelný příjem, pokud nejde o případy, kdy jsou od daně osvobozené. O výhry osvobozené od daně se jedná v případě, pokud podle § 4 ZDP jde o ceny z veřejné soutěže, z reklamní soutěže, z reklamního slosování, s výjimkou cen ze spotřebitelské soutěže v hodnotě nepřevyšující 10 000 Kč. Pokud se jedná o reklamní soutěže od daně neosvobozené, zdaňují se podle § 36 ZDP zvláštní sazbou daně, tj. 15 %. Daň má povinnost z výhry srazit a odvést pořadatel reklamní soutěže. Nastat mohou dvě podoby výhry, a to jsou peněžní a nepeněžní výhra. V případě finanční výhry pořadatel srazí a odvede daň příslušnému správci daně. Například pokud výhra činí 200 000 Kč, pořadatel sníží tuto hodnotu o daň v hodnotě 15 %, tj. 30 000 Kč, a zbytek bude vyplacen výherci. Častým případem je poskytování nepeněžních výher, tj.

například výrobku či zboží, který zároveň může sloužit pro pořadatele jako forma reklamy. I v případě nepeněžní výhry dochází k povinnosti odvést daň. Příjem z reklamních soutěží může být v některých případech osvobozen, a to podle § 4 odst. 1 písm. f).

f) Sponzoring

Sponzoring je DUN, protože jde o oboustrannou službu. Díky rozdílu ve zdanění je třeba odlišit sponzoring od darování. Konečné posouzení, jestli jde opravdu o sponzoring, spočívá na příslušném správci daně. Toto posouzení je velmi individuální, proto je velmi dobré mít uzavřenou sponzorskou smlouvu a stanovit v ní přesné podmínky protislužby – například reklamy. Příklad smlouvy o sponzoringu viz **příloha 3** Sponzorská smlouva o reklamě – vzor. Tohle všechno má velký význam pro účtování, ale i zdanění. Je třeba přiložit tuto smlouvu a důkazy o přijatých protislužbách příslušnému správci daně. [36]

4.1.3 Reprezentace

Podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu není možné považovat náklady na dosažení, zajištění a udržení příjmů podle § 25 odst. 1 písm. t) výdaje na reprezentaci, kterými podle zákona jsou zejména výdaje na pohoštění, občerstvení. [19] Zákon nedefinuje, co reprezentace přesně je, obsahově se jedná o plnění určené k přímé spotřebě nebo ke spotřebě konkrétní osobou. [10]

Macháček [19, s. 2] tvrdí, že „výdaje na reprezentaci souvisí nejčastěji s obdarováním někoho jiného – např. formou pohoštění obchodního partnera při obchodním jednání (káva, nealkoholické nápoje, pracovní oběd), poskytnutím hmotných (květiny, umělecké předměty) či peněžních darů, zaplacení ubytování obchodnímu partnerovi apod. Za reprezentaci lze považovat i sportovní či kulturní setkání, výlety včetně veškerého servisu pro tyto obchodní partnery. Za předměty, které slouží k reprezentaci, mohou být považovány reprezentativní sídla firmy, drahé automobily či umělecká díla. [21] Pokud firma hradí náklady na reprezentaci, pak nemá nárok na odpočet DPH na vstupu ani v případě, pokud je plátcem DPH, a to podle § 72 odst. 4 ZDPH [33] Celkový daňově neuznatelný náklad zahrnuje základ DPH, ale i tuto daň. [36]

4.2 Dary

Tato podkapitola bude věnovaná problematice darování z pohledu zákonů, které ho upravují. Bude rozvedeno darování z pohledu daní z příjmu, která je rozdělena do dvou okruhů. Je třeba je rozdělit na problematiku, která se týká dárce a obdarovaného. Nejdříve si objasníme pojem bezúplatný příjem.

Bezúplatný příjem je od roku 2014 nový název pro dar, který je zakotven v ZDP, ale není v něm nijak vymezen, poté co byl zrušen zákon o dani darovací. [24]

4.2.1 Zákony upravující darování

Do 31. 12. 2013 se dary zdaňovaly podle zákona č. 357/1992 Sb. o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZDDDPN“). [18]

a) Zákon č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí

Poplatníkem daně byl nabyvatel věci, která byla darovaná. Dárce je v tomto případě ručitelem. Pokud je věc poskytnuta bezúplatně FO nebo PO, která má trvalý pobyt či sídlo v tuzemsku, je poplatníkem vždy osoba, která darovala. Předmětem daně je bezúplatné nabytí věci. Může to být movitá a nemovitá věc, ale i například věcné břemeno k věci. [5] ZD je cena darovaného majetku, která je snížena o prokazatelné dluhy, clo a daň placené při dovozu pokud věc byla dovezena z ciziny a cenu majetku, která je podle zákona osvobozena. [3] Sazba ZDDDPN se stanovovaly podle velikosti majetku. Daňové přiznání mělo být podáváno do 30 dní od ukončení darování (zápisu do katastru nemovitostí, apod.). [5] Poplatníci daně se dělí podle § 11. Tento paragraf je dělí do skupin příbuzných v přímé linii a pobočné linii. Ve třetí skupině byly ostatní FO a PO. Od daně darovací byly první 2 skupiny osvobozeny podle § 19. [3]

Zákonným opatřením Senátu č. 344/2013 Sb., **došlo** od 1. 1. 2014 **ke zrušení zákona** č. 357/1992 Sb. o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí ve znění pozdějších předpisů. A nově jsou zařazeny do ZDP. [18]

b) Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů

Tato přímá daň je popsána již dříve, kdy se jednalo o zákony, které upravují reklamu. V tomto případě ZDP nahradila ZDDDPN a je tedy odlišná v sazbě, která darování zatěžuje, v osobách, které mohou být podle zákona od daně z přijetí daru osvobozeny, apod. Tato daň se u darů používá od roku 2014 s nástupem nové legislativy a sazba se nezměnila a u FO činí stále 15 % a PO 19 %. Daňové přiznání se podává k 1. 4. následujícího roku.

4.2.2 Srovnání daně darovací a daně z příjmů od roku 2013 do roku 2016

Podle ZDDDPN platného do roku 2013 podléhala této dani pouze třetí skupina. A to znamená, že jsou to osoby, které nejsou v přímé a pobočné linii osoby, která daruje, a to podle § 11 odst. 2 a 3 ZDDDPN. Protože tyto skupiny byly od této daně osvobozeny podle § 19 odst. 3 ZDDDPN. Daňové zatížení se u ZDDDPN měnilo podle výše ZD. Od ZDDDPN je rovněž osvobozena NNO, a to v § 20 odst. 4 písm. a) až e). Mohly být tedy osvobozeny například registrované církve, politická strana, apod. pokud splnily podmínky z uplatněním daru na daný účel. [2]

Zatímco od ledna 2014 se staly předmětem ZDP i bezúplatné příjmy, které osoby mohou získat děděním, darováním apod. A daňová povinnost se tak změnila na fixní procento podle tohoto zákona. A to se bude lišit podle toho jedná-li se o FO 15 % a nebo PO 19 %.

Ne všechny tyto příjmy podléhají dani, mohou být stanovené výjimky, které jsou úplně vyňaty podle § 3 ZDP, ale také mohou být osvobozeny po splnění podmínek, a to podle § 4 ZDP. Pokud tak u daného daru není stanoveno, jedná se o příjem, který je nutný zdanit podle jednotlivých dílčích základů daně v § 6, § 7 a § 10 ZDP. Tato plnění mohou být osvobozena až u těchto paragrafů. Pokud osvobození není ani v těchto paragrafech, jedná se o příjem zdanitelný, a to podle daných § ZDP. [22]

Podle § 19 odst. 2 ZDP je možné uplatnit osvobození bezúplatných příjmů u veřejně prospěšných poplatníků, pokud je tento příjem použit na účely podle § 20 odst. 8 ZDP. [10] Srovnání sazeb daně darovací viz tab. 4.1 a porovnání s daní z příjmů viz tab. 4.2.

Tab. 4.1 Sazba daně darovací

Sazba daně darovací u III. skupiny		
Přes Kč	Do Kč	
-	1 000 000	7 %
1 000 000	2 000 000	70 000 Kč a 9 % ze základu přesahujícího 1 000 000 Kč
2 000 000	5 000 000	160 000 Kč a 12 % ze základu přesahujícího 2 000 000
5 000 000	7 000 000	520 000 Kč a 15 % ze základu přesahujícího 5 000 000 Kč
7 000 000	10 000 000	820 000 Kč a 18 % ze základu přesahujícího 7 000 000 Kč
10 000 000	20 000 000	1 360 000 Kč a 21 % ze základu přesahujícího 10 000 000 Kč
20 000 000	30 000 000	3 460 000 Kč a 25 % ze základu přesahujícího 20 000 000 Kč
30 000 000	40 000 000	5 960 000 Kč a 30 % ze základu přesahujícího 30 000 000 Kč
40 000 000	50 000 000	8 960 000 Kč a 35 % ze základu přesahujícího 40 000 000 Kč
50 000 000	a více	12 460 000 Kč a 40 % ze základu přesahujícího 50 000 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování dle ZDDDPN

Tab. 4.2 Srovnání sazeb daně darovací a daně z příjmu

	FO		PO		NNO	
	ZDDDPN	ZDP	ZDDDPN	ZDP	ZDDDPN	ZDP
Do 2013	7 – 40 %	x	7 – 40 %	x	OSV	x
Od 2014	x	15 %	x	19 %	x	OSV

Zdroj: vlastní zpracování

Pozn.: OSV – v některých případech je možné osvobození bezúplatných příjmů, pokud je tato možnost uplatněna. Pokud tento příjem není osvobozen, je zdaněn obvyklým způsobem.

4.2.3 Problematika z pohledu dárce

U darování se řeší zásadní problém s daňově uznatelnými náklady (dále jen „DUN“). Ze ZDP je pouze DUN podle § 24 odst. 2 písm. zp) dar poskytnutý nepeněžitou formou, a to pouze v souvislosti s odstraňováním následků živelních pohrom na území EU nebo státu tvořícího evropský hospodářský prostor (dále jen „EHP“), ale tento dar nelze použít jako odčitatelnou položku od základu daně podle § 20 odst. 8 ZDP nebo nezdanitelnou část podle § 15 odst. 1 ZDP.

Živelní pohroma podle § 24 odst. 10 ZDP je nezaviněný požár a výbuch, blesk, vichřice s rychlostí větru nad 75 km/h, povodeň, záplava, krupobití, sesouvání půdy, sesuny půdy a skalní zřícení, pokud k nim nedošlo v souvislosti s průmyslovým nebo stavebním

provozem, sesouvání nebo zřícení lavin a zemětřesení dosahující alespoň 4. stupně mezinárodní stupnice udávající makroseismické účinky zemětřesení. [17]

Ostatní náklady vzniklé darováním majetku jsou z pohledu ZDP vždy daňově neuznatelným nákladem, podle § 25 odst. 1 písm. i), a to bez ohledu na účel daru, výši daru a na identifikaci příjemce daru. Podmínky, za kterých se dary, které dárce věnují na „veřejné prospěšné účely“, stávají odčitatelnou položkou od ZD. U FO se jedná podle § 15 odst. 1 ZDP o nezdanitelnou část základu daně (dále jen „ZD“) a podle § 15 odst. 2 ZDP se poskytnutý dar v. o. s. nebo k. s. je posuzován jako dar poskytnutý jednotlivými společníky. U PO si tento dar mohou použít jako položku, která snižuje ZD, a to podle § 20 odst. 8 ZDP. [21]

Podmínky, které musí poskytnutý dar splnit, aby jej bylo možné použít ke snížení ZD, jsou společné pro FO i PO. Podle § 15 odst. 1 a § 20 odst. 8 ZDP lze odečíst dar:

- poskytnutý obcím, krajům, organizačním složkám státu, PO se sídlem na území ČR, jakož i PO, které jsou pořadateli veřejných sbírek⁸:
 - na financování vědy a vzdělání, výzkumných a vývojových účelů, kultury, školství
 - na policii, na požární ochranu, na podporu a ochranu mládeže, na ochranu zvířat a jejich zdraví
 - na účely sociální, zdravotnické a ekologické, humanitární, charitativní, náboženské pro registrované církve a náboženské společnosti, tělovýchovné a sportovní, politickým stranám a politickým hnutím na jejich činnost
- poskytnutý FO s bydlištěm na území ČR, které jsou poskytovateli zdravotních služeb nebo provozují školy a školská zařízení a zařízení na ochranu opuštěných zvířat nebo ohrožených druhů zvířat, na financování těchto zařízení,
- poskytnutý FO s bydlištěm na území ČR, které jsou poživateli invalidního důchodu nebo byly poživateli invalidního důchodu ke dni přiznání starobního důchodu nebo jsou nezletilými dětmi závislými na péči jiné osoby⁹:
 - na zdravotnické prostředky¹⁰ nejvýše do částky nehrazené zdravotními pojišťovnami

⁸ podle zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

⁹ podle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁰ podle zákona č. 123/2000 Sb., o zdravotnických prostředcích, ve znění pozdějších předpisů.

- na zvláštní pomůcky podle zákona upravujícího poskytování dávek osobám se zdravotním postižením nejvýše do částky nehrazené příspěvkem ze státního rozpočtu
- na majetek usnadňující těmto osobám vzdělání a zařazení do zaměstnání
- poskytnutý na financování odstraňování následků živelní pohromy, ke které došlo na území členského státu EU nebo státu tvořícího EHP. [10]

Uznatelná výše darů je podle ZDP určena rozdílně u FO a PO. (viz tab. 4.3)

Tab. 4.3 Uznatelnost darů z pohledu ZDP

	FO	PO
	§ 15 odst. 1 ZDP	§ 20 odst. 8 ZDP
Minimální hodnota darů	2 % ZD, alespoň 1 000 Kč	alespoň 2 000 Kč
Maximální hodnota darů	15 % ZD	10 % ZD sníženého podle § 34 ZDP (limit se zvýšil od roku 2014 z 5 %)
Lze odečíst	bezúplatné plnění na zdravotnické účely: <ul style="list-style-type: none"> - hodnota jednoho odběru krve nebo jejích složek¹¹ se oceňuje částkou 2 000 Kč - hodnota odběru orgánu od žijícího dárce se oceňuje 20 000 Kč 	u hmotného a nehmotného majetku: <ul style="list-style-type: none"> - hodnota daru nejvýše zůstatková cena hmotného majetku (§ 29 odst. 2 ZDP) - hodnota zachycená v účetnictví¹² u ostatního majetku
Nelze odečíst		bezúplatná plnění, která odpovídají uplatněným slevám na dílčím odvodu z loterií a jiných podobných her. (nemohou uplatnit VPP)

Zdroj: vlastní zpracování

Ustanovení těchto paragrafů (§ 15 odst. 1 a § 20 odst. 8 až 11 ZDP) se použije i pro bezúplatné plnění poskytnuté PO nebo FO se sídlem nebo bydlištěm na území jiného členského státu EU nebo státu tvořícího EHP než ČR, pokud příjemce bezúplatného plnění a účel bezúplatného plnění splňují podmínky stanovené tímto zákonem. Poskytne-li dárce dar v nepeněžní podobě, odčitatelnou položkou se za splnění všech podmínek může stát maximálně daňová zůstatková cena hmotného majetku, u ostatních maximálně účetní

¹¹ dárce, kterému nebyla poskytnuta finanční úhrada výdajů spojených s odběrem krve nebo jejích složek podle zákona upravujícího specifické zdravotní služby, s výjimkou úhrady prokázaných cestovních nákladů spojených s odběrem

¹² podle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů.

hodnota, a to zvýšená o DPH, pokud v souvislosti s darem byla na výstupu uplatněna. Poskytnou-li bezúplatné plnění manželé ze společného jmění manželů, může odpočet uplatnit jeden z nich nebo oba poměrnou částí. [10]

Účely poskytnutí daru jsou v ZDP definovány taxativním výčtem, který je sice hodně široký, nicméně není možné použít jako odčitatelnou položku dar na účely zde neuvedené. Právě splnění uvedených podmínek je nutné správci daně doložit potvrzením příjemce daru, kde je uvedena výše, datum poskytnutí, účel daru a identifikován příjemce daru. [21] A to například darovací smlouvou viz **příloha 4**.

4.2.4 Problematika z pohledu obdarovaného

Ze ZDP je rozlišeno, jestli se jedná o FO či PO. Podle ZDP jsou osvobozeny podle § 4 odst. 1 písm.:

- g) příjmy plynoucí ve formě daru přijatého v souvislosti s činností, ze které plyne příjem ze samostatné výdělečné činnosti, jako reklamního předmětu,
- i) příjem poplatníka s bydlištěm v členském státě EU nebo státě tvořícím EHP provozujícího zařízení pro péči o toulavá nebo opuštěná zvířata nebo pro péči o jedince ohrožených druhů živočichů, je-li bezúplatný příjem použit k provozu tohoto zařízení,
- j) příjmy poplatníka, který jej nejpozději do konce kalendářního roku následujícího po roce jeho přijetí prokazatelně použije na zvýšení nebo změnu kvalifikace, studium, léčení, úhradu sociálních služeb nebo na zakoupení pomůcky pro zdravotně postižené, jakož i přímé poskytnutí takové pomůcky,
- k) příjmy na humanitární nebo charitativní účel nebo z veřejné sbírky,
- n) příjmy plynoucí ve formě bezúplatného plnění poskytnutého pro provoz zoologické zahrady, jejíž provozovatel je držitelem platné licence¹³,
- o) příjmy plynoucí ve formě bezúplatného plnění poskytnutého FO pro poskytování veřejných kulturních služeb apod.

Bezúplatné příjmy u FO - přijaté peněžní i nepeněžní dary v souvislosti se závislou činností jsou předmětem ZDP FO a posuzují se jako příjmy ze závislé činnosti podle § 6 ZDP

¹³ podle zákona č. 162/2003 Sb., o podmínkách provozování zoologických zahrad a o změně zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

a pokud nejsou osvobozeny, podléhají i pojistnému na důchodové, nemocenské a zdravotní pojištění zaměstnanců.

Od daně jsou tedy, kromě § 4a ZDP, osvobozeny bezúplatné příjmy podle ZDP § 6 odst. 9 písm.:

- d) nepeněžní plnění poskytovaná zaměstnavatelem zaměstnanci nebo jeho rodinnému příslušníkovi z fondu kulturních a sociálních potřeb, ze sociálního fondu, ze zisku (příjmu) po jeho zdanění anebo na vrub výdajů (nákladů), které nejsou výdaji (náklady) na dosažení, zajištění a udržení příjmů, ve formě:
 - 1. použití zdravotnických, vzdělávacích nebo rekreačních zařízení; při poskytnutí rekreace a zájezdu je u zaměstnance z hodnoty nepeněžního plnění od daně osvobozena v úhrnu nejvýše částka 20 000 Kč za zdaňovací období,
 - 2. použití zařízení péče o děti předškolního věku včetně mateřské školy podle školského zákona, knihovny zaměstnavatele, tělovýchovných a sportovních zařízení,
 - 3. příspěvku na kulturní nebo sportovní akce,
- g) hodnota nepeněžního bezúplatného plnění poskytovaného z fondu kulturních a sociálních potřeb¹⁴, u zaměstnavatelů, na které se tento předpis nevztahuje, hodnota nepeněžního bezúplatného plnění poskytovaného za obdobných podmínek ze sociálních fondů nebo ze zisku (příjmu) po jeho zdanění, anebo na vrub výdajů (nákladů), které nejsou výdaji (náklady) na dosažení, zajištění a udržení příjmů, a to až do úhrnné výše 2 000 Kč ročně u každého zaměstnance.

Přijaté peněžní i nepeněžní dary v souvislosti s výkonem samostatné výdělečné činnosti (živnosti, jiného podnikání, autorské činnosti) jsou předmětem ZDP FO – posuzují se jako příjmy ze samostatné výdělečné činnosti podle § 7 ZDP a podléhají rovněž pojistnému na sociální a zdravotní pojištění osoby samostatně výdělečně činné.

Pokud bezúplatné příjmy nespádají do § 6 a § 7 ZDP, jsou zdaňovány podle § 10 ZDP, který zahrnuje ostatní příjmy. Tyto příjmy jsou **osvobozeny**, kromě § 4a ZDP, také podle § 10 odst. 3 písm. c) ZDP:

¹⁴ podle vyhlášky č. 114/2002 Sb., o fondu kulturních a sociálních potřeb, ve znění pozdějších předpisů.

1. od **příbuzného v linii přímé a v linii vedlejší**, pokud jde o sourozence, strýce, tetu, synovce nebo neteř, manžela, manžela dítěte, dítěte manžela, rodiče manžela nebo manžela rodičů,
2. od **osoby, se kterou poplatník žil nejméně po dobu jednoho roku** bezprostředně před získáním bezúplatného příjmu ve společně hospodařící domácnosti a z tohoto důvodu pečoval o domácnost nebo byl na tuto osobu odkázán výživou,
3. obmyšleného z jeho majetku, který do svěřenského fondu vyčlenil nebo kterým zvýšil majetek tohoto fondu, nebo z majetku, který byl do svěřenského fondu vyčleněn nebo který zvýšil majetek tohoto fondu osobou uvedenou v bodě 1 nebo 2,
4. **nabyté příležitostně**, pokud jejich úhrn od téhož poplatníka ve zdaňovacím období nepřevyšuje částku 15 000 Kč.

Bezúplatné příjmy u PO jsou od 1. 1. 2014 předmětem ZDP PO. Podle § 23 odst. 3 písm. a) oddíl 16 ZDP se výsledek hospodaření nebo rozdíl příjmů a výdajů podle § 23 odst. 2 ZDP zvyšuje o hodnotu bezúplatného příjmu poplatníka, pokud se o tomto příjmu neúčtuje ve výnosech a nejedná se o příjem osvobozený od daně nebo příjem, který není předmětem daně, nebo o příjem ve formě daru účelově poskytnutého na pořízení hmotného majetku nebo na jeho technické zhodnocení. Podle ustanovení § 29 odst. 1 ZDP se v případě přijatého bezúplatného příjmu ve formě účelového daru na pořízení hmotného majetku či na jeho technické zhodnocení se vstupní cena tohoto hmotného majetku snižuje o poskytnutý dar. Zároveň podle § 23 odst. 3 písm. c) oddíl 8 ZDP lze výsledek hospodaření nebo rozdíl mezi příjmy a výdaji podle § 23 odst. 2 ZDP snížit o hodnotu bezúplatného příjmu poplatníka, o kterou byl zvýšen výsledek hospodaření nebo rozdíl příjmů a výdajů podle § 23 odst. 3 písm. a) oddíl 16 ZDP, pokud je tento bezúplatný příjem využit k dosažení, zajištění a udržení příjmů a nebylo o něm účtováno v nákladech. [24]

Podle § 19b odst. 2 písm. b) ZDP je od daně PO **osvobozen** bezúplatný příjem veřejně prospěšného poplatníka se sídlem v ČR nebo v jiném členském státě EU, pokud jej použije pro účely vymezené v § 15 odst. 1 nebo § 20 odst. 8 ZDP či na jeho kapitálové dovybavení. Podle § 19b písm. c) ZDP je osvobozen příjem do veřejné sbírky, na humanitární nebo charitativní účel a podle § 19b písm. d) ZDP příjem přijatý z veřejné sbírky. Osvobození podle § 2 odst. b) ZDP si může poplatník uplatnit, ale nemusí. [10] Toto osvobození se podle § 19b odst. 3 ZDP nepoužije, pokud ho veřejně prospěšný poplatník neuplatní, přičemž rozhodnutí poplatníka o uplatnění nebo neuplatnění osvobození bezúplatného příjmu od daně

nelze zpětně změnit. Při uplatnění osvobození bezúplatného příjmu od daně, ale nemůže veřejně prospěšný poplatník uplatnit jako výdaj (náklad) na dosažení, zajištění a udržení příjmů:

- odpisy hmotného majetku, jehož bezúplatné nabytí bylo osvobozeno od ZDP, a to podle § 27 písm. j) ZDP,
- účetní odpisy hmotného a nehmotného majetku odpisovaného pouze podle právních předpisů opravujících účetnictví, který byl nabyt bezúplatně, a tento bezúplatný příjem byl osvobozen od ZDP, a to platí i pro zůstatkovou cenu v případě prodeje nebo likvidace tohoto majetku, podle § 25 odst. 1 písm. zp) ZDP,
- hodnotu majetku, který se neodpisuje podle zákona ani podle právních předpisů upravujících účetnictví, který byl nabyt bezúplatně, a tento bezúplatný příjem byl osvobozen od daně, podle § 25 odst. 1. písm. zq) ZDP. [24]

Pokud plátce DPH při pořízení darovaného majetku uplatnil nárok na odpočet daně na vstupu, jeho darováním uskutečňuje sice bezúplatné, přesto však jde o zdanitelné plnění (§ 13 odst. 4 písm. a) ZDP) s povinností odvést DPH na výstupu. ZD je nutné stanovit podle § 36 odst. 6 písm. a) ZDP, a to jako cenu tohoto zboží nebo cenu obdobného zboží, za kterou by bylo možné zboží pořídit ke dni uskutečnění zdanitelného plnění, a pokud takovou cenu nelze určit, jedná se o výši celkových nákladů vynaložených na dodání zboží. [21]

Příjmy z daru plynoucí jsou jak u FO, tak u PO předmětem ZDP, pokud nejsou osvobozeny podle § 4 odst. 1 písm. ZDP.

4.2.5 Komparace reklamy, sponzoringu a reprezentace z pohledu daní

Náklady na reklamu jsou DUN i u nestátních neziskových organizací. U veřejně prospěšných poplatníků jsou příjmy z reklamy podle § 18a odst. 2 písm. a) ZDP vždy předmětem ZDP. [10] Sponzoring je DUN při prokázání poskytnuté služby a protislужby u příslušného správce daně, a to u podnikatelů i NNO. Reprezentace je vždy daňově neuznatelným nákladem, a to podle § 25 odst. 1 písm. t) ZDP a to tehdy, jedná-li se právě o spotřebu konkrétní osoby.

4.2.6 Komparace darů z pohledu daní

Náklady na poskytnutí darů jsou daňově neuznatelným nákladem. DUN jsou pouze dary poskytnuté na odstraňování následků živelních pohrom, podle § 24 odst. 2 písm. zp) ZDP. Ostatní náklady lze použít ke snížení ZD, a to u podnikatelů (FO a PO) i NNO podle § 15 odst. 1 u FO a § 20 odst. 8 u PO a NNO. U těchto skupin je rozdílná výše, o kterou lze snížit ZD, ale podmínky jsou totožné. Velkou změnou při zdaňování darů je u PO zrušení ZDDDDPN a zdanění darů podle ZDP. Proto se změnilo i osvobození od daně, které u NNO bylo z velké části zrušeno, a osvobození si může uplatnit pouze VPP, pokud splní podmínky uznatelnosti podle § 15 odst. 1 nebo § 20 odst. 8 ZDP.

5 Závěr

Cílem této práce je teoretické vymezení reklamy a darů, vymezení jednotlivých forem a zaměření na danou problematiku z účetního a daňového pohledu.

V druhé kapitole je definice reklamy a omezení stanovené zákonem o regulaci reklamy. U reklamy jsou vymezeny její druhy pro potřeby účetnictví a daní. Je popsána hranice mezi reklamou a darováním – tzv. sponzoring, který se mezi těmito dvěma prolíná. Dále je reklama rozdělena podle nového občanského zákoníku, ve kterém je ochrana proti nekalé soutěži. Je zde rozveden pojem reprezentace. V podkapitole o darech je upřesněno darování, které je upraveno novým občanským zákoníkem. Ten upravuje také darovací smlouvu, její náležitosti a formy. Jsou zde vymezeny možnosti pro odvolání daru. V této kapitole je navíc rozebráno dělení národního hospodářství, které je potřeba k porovnání účetního a daňového hlediska, a to rozdíl mezi právnickou, fyzickou osobou a nestátní neziskovou organizací.

Ve třetí kapitole bylo porovnáno účtování podnikatele a nestátních neziskových organizací. Zásadní rozdíl je již ve vyhláškách a standardech, které upravují zákon o účetnictví obou subjektů, které se od ledna novelizovaly. Účtování reklamy, sponzoringu i reprezentace je v oblasti účtování stejné i přes rozdílné účtové osnovy, dokonce i změny spojené s novelizací zákonů se změnilly u obou subjektů. Dochází ke změnám v účtování, kdy se změny stavu zásob i aktivace nebudou účtovat do výnosů, ale do nákladů, a tak přispějí k věrnějšímu obrazu účetnictví.

Podstatné rozdíly se vyskytují v oblasti účtování darů, kdy neziskové organizace řeší poskytnuté i přijaté dary pro vlastní potřebu a pro potřebu druhých, zatímco podnikatelé přijímají a poskytují dary pouze pro vlastní potřebu. S novelizací zákona o účetnictví, vyhlášek a standardů vznikl nový způsob účtování přijatých a poskytnutých darů u podnikatelů. Namísto použití kapitálových účtů se dary, rozlišené na majetkové a finanční dary, účtují na nákladové a výnosové účty. S účtováním do nákladů a výnosů může vzniknout účetní jednotce povinnost časového rozlišení těchto darů, pokud půjde o přelom roku. U nestátních neziskových organizací nevznikl žádný rozdíl oproti minulému roku, tato organizace používá stále stejný způsob účtování, a to na účty vlastního jmění a fondů.

V poslední kapitole je pojednáno o problematice daňových zákonů, které upravují reklamu a darování. Z pohledu uznatelnosti nákladů na reklamu, která se u jednotlivých druhů mění, se reklama považuje za daňově uznatelný náklad. U sponzoringu jsou vymezeny náležitosti, které je třeba splnit a doložit příslušnému správci daně, aby šlo o daňově uznatelný náklad. Je zde ukázán neuznatelný náklad v podobě reprezentace, tedy pokud jde o spotřebu konkrétních osob.

V části o darech je problematika rozdělena na pohled dárce a obdarovaného, která se od roku 2014 změnila, s novým občanským zákoníkem a zrušením daně dědické, daně darovací a daně z převodu nemovitostí. Nyní darování podléhá zákonu o daních z příjmů, a to i u právnických osob. Další rozdíl je u nestátních neziskových organizací, které již nejsou natolik osvobozené dle předešlého zákona, kdy byla NNO osvobozena, pokud splnila podmínky pro darování v § 15 odst. 1 nebo § 20 odst. 8. Nově je možné osvobodit pouze veřejného prospěšného poplatníka, pokud si osvobození uplatní, a to podle § 19b.

Poskytnuté dary nejsou podle zákona daňově uznatelným nákladem, tedy pokud nejsou poskytnuty na odstraňování následků živelních pohrom. Ostatní dary lze použít na snížení základu daně, a to u fyzické a právnické osoby. Za podmínek daných zákonem, které jsou pro obě skupiny stejné. Rozdílná je pouze výše, kterou lze odečíst, a ta je taktéž stanovena zákonem.

Dalším rozdílem jsou sazby daní, kterým darování podléhá nebo podléhalo. Daň dědická, daň darovací a daň z převodu nemovitostí zdaňovala přijaté dary podle výše základu daně a procento tedy s výší daru rostlo, zatímco u daně z příjmů je sazba stanovená pevným procentem, u fyzických osob 15 % základu daně a u právnických osob 19 % základu daně.

Podnikatelé a nestátní neziskové organizace svůj základ daně optimalizují rozdílně. U podnikatelů je výhodnější použití reklamy, protože jde o daňově uznatelný náklad a snižují si tak svůj základ daně v plné výši, protože tyto náklady nejsou nijak omezeny, zatímco dary jsou ve větší míře daňově neuznatelným nákladem. Ale lze je použít na snížení základu daně, pokud jsou použity na účely a ve výši podle zákona o daních z příjmů. Dar přijatý neziskovou organizací je od roku 2014 předmětem daně z příjmů a je osvobozený za určitých podmínek, pokud se jedná o veřejně prospěšného poplatníka. Stejně jako příjem z reklamy, který je také předmětem daně z příjmů, lze jej snížit o prokazatelné výdaje na reklamu.

Seznam použité literatury

Odborná kniha

- [1] CÉZAR, Jan. *Izázrak potřebuje reklamu!: pestrý průvodce světem reklamní a marketingové komunikace*. Brno: Computer Press, 2007. 199 s. ISBN 978-80-251-1688-3.
- [2] *DANĚ 2013 a předpisy související s přehledy změn*. Olomouc: ANAG. 2013, 1239s. ISBN 978-80-7263-794-2.
- [3] DOBROZEMSKÝ, Václav a Jan STEJSKAL. *Nevýdělečné organizace v teorii*. Praha: Wolters Kluwer, 2015. 400 s. ISBN 978-80-7478-799-7.
- [4] DUŠEK, Jiří. *Daně z příjmů 2015: přehledy, daňové a účetní tabulky : [právní stav k 1.1.2015]*. 10. vyd. Praha: Grada Publishing, 2015, 208 s. ISBN 978-80-247-5435-2.
- [5] KOLEKTIV AUTORŮ. *MERITUM Účetnictví podnikatelů 2013*. 10. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2013. 574 s. ISBN 978-80-7357-993-7.
- [6] KOLEKTIV AUTORŮ. *MERITUM Účetnictví podnikatelů 2015*. 12. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2015. 544 s. ISBN 978-80-7478-689-1.273
- [7] MASAŘOVÁ, Klára. *Billboard – součást outdoorové reklamy aneb Žijeme v džungli?*. Ostrava: KEY Publishing s.r.o., 2014. 153 s. ISBN 978-80-7418-206-8.
- [8] MONZEL, Monika a Gabriela THÖNDLOVÁ. *99 tipů pro úspěšnější reklamu*. Praha: Grada Publishing, 2009, 198 s. ISBN 978-80-247-2928-2.
- [9] NOVÁKOVÁ, Eva a Venuše JANDOVÁ. *Reklama a její regulace: praktická příručka*. Praha: Linde Praha, a.s., 2006. 245 s. ISBN 80-7201-601-6.
- [10] PELC, Vladimír a Petr PELECH. *Daně z příjmů s komentářem 2015*. 15. aktualizované vydání. Olomouc: ANAG, 2015, 1055 s. ISBN 978-80-7263-943-4.
- [11] PROCHÁZKOVÁ, Dagmar a Pavel VLACH. *Vzorový účtový rozvrh: Rozvaha a výsledovka: 2015: syntetické účty ke směrné účtové osnově, provázanost účtové osnovy s rozvahou a výsledovkou*. Ostrava: Sagit, 2015. 48 s. ISBN 978-80-7488-090-2.
- [12] PROCHÁZKOVÁ, Dagmar a Pavel VLACH. *Vzorový účtový rozvrh: Rozvaha a výsledovka: 2016: syntetické účty ke směrné účtové osnově, provázanost účtové osnovy s rozvahou a výsledovkou*. Ostrava: Sagit, 2016. 48 s. ISBN 978-80-7488-141-1.

- [13] STUHLÍKOVÁ, Helena a Sofia KOMRSKOVÁ. *Zdaňování neziskových organizací s příklady s praxe 2013*. 9. aktualizované vydání. Olomouc: ANAG, 2012, 279 s. ISBN 978-80-7263-774-4.
- [14] URBANCOVÁ, Alžběta a Šárka KRYŠKOVÁ. *Účetnictví nevýdělečných organizací*. 2. vyd. Ostrava: Ediční středisko VŠB-TU Ostrava, 2008. 232 s. ISBN 978-80-248-1801-6.
- [15] VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, 182 s. ISBN 978-80-247-2001-2.

Odborné časopisy

- [16] BRYCHTA, Ivan. Reklama a dary v souvislosti s koncem roku. *Účetnictví v praxi*. 2011, č. 11, s. 14. ISSN 1211-7307.
- [17] DĚRGEL, Martin. Daňové a účetní souvislosti darů, reklam a sponzorství. Publikováno 1. 9. 2010. Dostupné z: <http://www.danarionline.cz/archiv/dokument/doc-d26198v34563-danove-a-ucetni-souvislosti-daru-reklam-a-sponzorstvi/>
- [18] MACHÁČEK, Ivan. Bezúplatné příjmy (dary) u příjemce z daňového hlediska v roce 2014. *Daně a právo v praxi*. 2014, č. 11, s. 15. ISSN 1211-7293.
- [19] MACHÁČEK, Ivan. Reklama a dary z hlediska daně z příjmů. *Daně a právo v praxi*. 2012, č. 8, s. 2. ISSN 1211-7293.
- [20] OTAVOVÁ, Milena. Dary versus sponzoring (reklama). *UNES (Účetnictví neziskového sektoru)*. 2013, č. 1, s. 13. ISSN 1214-181x
- [21] PILAŘOVÁ, Ivana. Reklama, dary a reprezentace jako náklad podnikatelských subjektů v roce 2009. Publikováno 16. 11. 2009. Dostupné z: <http://www.ucetnikavarna.cz/archiv/dokument/doc-d7792v10424-reklama-dary-a-reprezentace-jako-naklad-podnikatelskych-subjektu-v/>
- [22] PILAŘOVÁ, Ivana. Daň z příjmů roku 2014 v praxi v otázkách a odpovědích. *Účetnictví v praxi*. 2014, č. 7-8, s. 28. ISSN 1211-7307.
- [23] STUHLÍKOVÁ, Helena. Dary, veřejné sbírky, kostelní sbírky, reklama, sponzorství. Publikováno 1. 6. 2007. Dostupné z: <http://www.ucetnikavarna.cz/archiv/dokument/doc-d8968v11784-dary-verejne-sbirky-kostelni-sbirky-reklama-sponzorstvi/>
- [24] VYCHOPEŇ, Jiří. Bezúplatné příjmy z pohledu zákona o daních z příjmů od 1. 1. 2014. Publikováno 1. 9. 2014. Dostupné z: <http://www.danarionline.cz/archiv/>

dokument/doc-d46738v58073-bezuplatne-prijmy-z-pohledu-zakona-o-danich-z-prijmu-od-1-1-2014/

Elektronické dokumenty

- [25] BEDNÁŘ, Marek. Jak na loterie a spotřebitelské soutěže. Epravo.cz [online]. 13. 12. 2012 [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/jak-na-loterie-a-spotrebitelske-souteze-87816.html>
- [26] BOHDALOVÁ, Marie. Účtování daru. Uctovani.net [online]. 24. 11. 2013 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://www.uctovani.net/clanek.php?t=Uctovani-daru&idc=126>
- [27] BUNĚČNÁ TERAPIE. Pojem sponzorství a dárcovství [online] 20. 06. 2013. [cit. 2016-01-25]. Dostupné z: <http://www.bunecnaterapie.cz/sponsori/pojem-sponzorstvi-a-darcovstvi.html>
- [28] Celní správa České republiky. Spotřební daně a jejich správa. Celnisprava.cz. [online]. [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: <https://www.celnisprava.cz/cz/dane/spotrebni-dane/Stranky/default.aspx>
- [29] EKONOMIE. Subjekty národního hospodářství [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: http://ekonomie.topsid.com/index.php?war=subjekty_narodniho_hospodarstvi
- [30] Finanční správa. Kontrolní hlášení DPH. Financnisprava.cz [online]. [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: <http://www.financnisprava.cz/cs/dane-a-pojistne/dane/dan-z-pridane-hodnoty/kontrolni-hlaseni-DPH>
- [31] KRÁLÍK, Jiří a Jiří PAVLÍK. Darovací smlouva a její vzor. [online]. 23. 2. 2015 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://www.kralik-pavlik.cz/clanek/darovaci-smlouva-a-jeji-vzor_2
- [32] Kurzy.cz. Základní pojmy DPH. Kurzy.cz [online] 10. 02. 2016. [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/dph/zakladni-pojmy/>
- [33] MARTÍNKOVÁ, Michaela. Vánoční firemní dárky z pohledu daní. Portál.POHODA.cz [online]. 7. 11. 2014 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/dan-z-prijmu/vanocni-firemni-darky-z-pohledu-dani/>
- [34] Nový občanský zákoník. Darovací smlouva. Justice.cz [online]. [cit. 2016-01-25]. Dostupné z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/smluvni-pravo/konkretni-zmeny-ve-zvlastni-casti/darovaci-smlouva>

- [35] ONDŘEJOVÁ, Eva. Smlouva o reklamě a propagaci. Ondrejova.cz . [online]. 9. 8. 2015 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://www.ondrejova.cz/cs/clanky/22_smlouva-o-reklame-a-propagaci
- [36] PELIKÁNOVÁ, Anna. Repre, dar, reklama. Uctujemeneziskovsky.cz [online]. 1. 5. 2015 [cit. 2016-01-25]. Dostupné z: <http://www.uctujemeneziskovsky.cz/clanky/repre-dar-reklama>
- [37] VONDROVÁ, Monika. Sponzorská smlouva. Vzory.cz [online]. 10. 6. 2014 [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.vzory.cz/vzory/podnikani-a-zivnosti/sponzorska-smlouva/#.VqfX7SrhDIW>
- [38] ŽÍDKOVÁ, Ludmila. Hlavní změny v postupech účtování od 1. 1. 2016. Econsulting [online]. 14. 12. 2015 [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.e-cons.cz/blog/danove-zakony-blog/hlavni-zmeny-v-postupech-uctovani-od-1-1-2016/>

Zákony

- [39] Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů
- [40] Zákon č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí, ve znění pozdějších předpisů
- [41] Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu, ve znění pozdějších předpisů
- [42] Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů
- [43] Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů
- [44] Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- [45] Vyhláška č. 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů
- [46] Vyhláška č. 250/2015 Sb., kterou se mění vyhláška č. 500/2002 Sb.
- [47] Vyhláška č. 504/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví ve znění pozdějších předpisů
- [48] Vyhláška č. 325/2015 Sb., kterou se mění vyhláška č. 504/ 2002 Sb.

Seznam zkratek

BÚ – bankovní účet

ČR – Česká republika

D – dal

DHM – Dlouhodobý hmotný majetek

DNM – Dlouhodobý nehmotný majetek

DPH – Daň z přidané hodnoty

DUN – Daňově uznatelné náklady

EHP – Evropský hospodářský prostor

EU – Evropská Unie

FO – Fyzická osoba

FÚ – Finanční úřad

MD – Má dáti

NNO – Nestátní neziskové organizace

NOZ – Nový občanský zákoník

PFA – Přijatá faktura

PO – Právnická fakulta

RPC – Reprodukční pořizovací cena

VP – Veřejná prospěšnost

VPP – Veřejně prospěšný poplatník

ZC – Zůstatková cena

ZD – Základ daně

ZDDPN – Zákon o dani dědické, dani darovací a daň z převodu nemovitostí

ZDP – Zákon o daních z příjmu

ZDPH – Zákon o dani z přidané hodnoty

ZoÚ – Zákon o účetnictví

ZRR – Zákon o regulaci reklamy

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 6. května 2016

...Lucie Věšvára...

jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha 1:	Dělení národního hospodářství
Příloha 2:	Smlouva o reklamě - vzor
Příloha 3:	Sponzorská smlouva o reklamě – vzor
Příloha 4:	Darovací smlouva - vzor
Příloha 5:	Vzorový účetový rozvrh 2015 – podnikatel
Příloha 6:	Vzorový účetový rozvrh 2016 – podnikatel
Příloha 7:	Vzorový účetový rozvrh 2015 - NNO
Příloha 8:	Vzorový účetový rozvrh 2016 - NNO